
BACHELORARBEIT

Herr
William Pack

**Der Schutz des geistigen
Eigentums in der digitalen
Medienwelt**

2016

BACHELORARBEIT

Der Schutz des geistigen Eigentums in der digitalen Medienwelt

Autor:
Herr William Pack

Studiengang:
Angewandte Medien

Seminargruppe:
AM13wK1-B

Erstprüfer:
Prof. Kurt-Ulrich Mayer

Zweitprüfer:
Prof. Dr. phil. Jan Rommerskirchen

Einreichung:
Mittweida, 30. Juni 2016

BACHELOR THESIS

The protection of intellectual property in the digital media world

author:

Mr. William Pack

course of studies:

Applied media

seminar group:

AM13wK1-B

first examiner:

Prof. Kurt-Ulrich Mayer

second examiner:

Prof. Dr. phil. Jan Rommerskirchen

submission:

Mittweida, 30th June 2016

Bibliografische Angaben

Nachname, Vorname: Pack, William

Thema der Bachelorarbeit:

Der Schutz des geistigen Eigentums in der digitalen Medienwelt

Was sind die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Schutz des geistigen Eigentums in der Musik- und Buchindustrie?

Topic of thesis:

The protection of intellectual property in the digital media world

What are the consequences of the digitization for the protection of intellectual property in the music- and book industry?

63 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2016

Abstract

Durch die Digitalisierung hat sich der Schutz des geistigen Eigentums sowohl in der Musikindustrie als auch in der Buchindustrie deutlich verschlechtert. Es gibt immer mehr Wege um geistiges Eigentum illegal zu vervielfältigen und zu verbreiten. In der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit wurden durch empirische Untersuchungen in Form von Experteninterviews, die wichtigsten Auswirkungen der Digitalisierung auf den Schutz des geistigen Eigentums in der Buch- und Musikindustrie untersucht. Weiterhin wurde ein Ausblick auf die zukünftige Entwicklung der beiden Märkte gegeben.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis	VIII
Abbildungsverzeichnis	IX
1 Einleitung.....	1
1.1 Problemstellung	2
1.2 Forschungsmethodik.....	2
2 Theoretische Grundlagen	4
2.1 Geistiges Eigentum	4
2.1.1 Die Rechte des geistigen Eigentums.....	5
2.1.2 Geschichte des geistigen Eigentums und der Urheberrechte	7
2.2 Digitalisierung	9
2.2.1 Digitalisierung in der Musikindustrie	9
2.2.2 Digitalisierung in der Buchindustrie	9
2.2.3 Bedeutung der Digitalisierung für urheberrechtliche Werke und sonstige Schutzgegenstände	10
2.3 Schöpfer und Rezipienten geistigen Eigentums	11
2.4 Die digitale Medienwelt	11
3 Analyse der Felder Buchindustrie und Musikindustrie hinsichtlich des Schutzes des geistigen Eigentums in Bezug auf die Digitalisierung	12
3.1 Definition der Buchindustrie	12
3.1.1 Die Wertschöpfungskette eines Buchverlags	12
3.1.2 Der Buchverlag im Zeitalter der neuen Medien	13
3.1.3 Entwicklung und Herausforderung beim Buchverlag	14
3.1.4 Self-Publishing	14
3.2 Definition der Musikindustrie	15
3.2.1 Vorstellung der Musikindustrie	15
3.2.2 Die Musikindustrie im Zeitalter der neuen Medien	17
3.2.3 Die Wertschöpfungsprozesse in der Musikindustrie – Ein Vergleich zweier Prozesse	18
3.2.4 Streaming-Dienste: Eine Betrachtung am Beispiel von Spotify.....	21
4 Das Problem des Missbrauchs und des mangelnden Schutzes von urheberrechtlich geschützten Werken in den Bereichen Musik- und Buchindustrie	25

4.1	Die Möglichkeiten des Missbrauchs von geistigem Eigentum im Internet im Bereich Musik.....	25
4.1.1	Die Vervielfältigung als Möglichkeit der illegalen Weitergabe von geistig geschützten Inhalten.....	25
4.1.2	Illegales Filesharing und Internet Tauschbörsen als Möglichkeiten für die illegale Weitergabe geistigen Eigentums	25
4.1.3	Fortschreitende Beschleunigung von Internetverbindungen	26
4.2	Die Möglichkeiten des Missbrauchs von geistigem Eigentum im Internet im Bereich Buchindustrie	27
4.2.1	Illegale Downloads von E-Books	27
5	Was sind die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Schutz des geistigen Eigentums in der Buchindustrie?	29
5.1	Der Vertrieb von Büchern durch Self-Publisher und Verlage	29
5.1.1	Der gestiegene Vertrieb über Self-Publishing als Folge der Digitalisierung	29
5.1.2	Der klassische Vertrieb über einen Verlag	31
5.1.3	Vergleich der beiden Vertriebswege.....	32
5.2	Leitfadengestütztes Experteninterview	32
5.2.1	Ziele	32
5.2.2	Fakten des Unternehmens Helmut Lingen Verlag GmbH.....	33
5.2.3	Vorgehensweise	34
5.2.4	Hypothesen.....	35
5.2.5	Darstellung der Ergebnisse	36
5.2.6	Analyse und Interpretation	40
5.2.7	Verifikation und Falsifikation der Hypothesen.....	42
5.2.8	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	43
6	Was sind die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Schutz des geistigen Eigentums in der Musikindustrie?	45
6.1	Vorgehensweise	45
6.2	Vorstellung der Künstlerin Adele	45
6.2.1	Leben.....	45
6.2.2	Karriere.....	45
6.3	Vorstellung des Künstlers Michael Jackson.....	47
6.3.1	Leben.....	47
6.3.2	Karriere.....	47
6.4	Tabellarischer Vergleich der Künstler Adele und Michael Jackson.....	48
6.5	Vergleich des Werdegangs der Künstler Michael Jackson und Adele	48

6.5.1	Wie wurde Adele entdeckt?.....	48
6.5.2	Wie wurde Michael Jackson entdeckt?	49
6.5.3	Wo sind die Unterschiede?	49
6.6	Leitfadengestütztes Experteninterview	50
6.6.1	Ziele	50
6.6.2	Fakten des Unternehmens Maxi Media GmbH.....	51
6.6.3	Vorgehensweise	52
6.6.4	Hypothesen.....	53
6.6.5	Darstellung der Ergebnisse	53
6.6.6	Analyse und Interpretation	56
6.6.7	Verifikation und Falsifikation der Hypothesen.....	58
6.6.8	Zusammenfassung der Ergebnisse.....	59
7	Fazit.....	62
7.1	Kritische Betrachtung meiner Arbeit	63
Literaturverzeichnis		XI
Eigenständigkeitserklärung		XV

Abkürzungsverzeichnis

bzw. = beziehungsweise

B-to-B = Business-to-Business

B-to-C = Business-to-Consumer

etc. = et cetera

A & R = Artist and Repertoire

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Quelle: eigene Darstellung, aus: Ivo Finkenauer (2010): Perspektiven der Musikindustrie. Handlungsempfehlungen für das Marketing von Musikprodukten., S. 19.....	19
Abbildung 2: Musikvertrieb heute, Potentiale von On-Demand-Musik-Streaming, http://publikationen2.hs-neu-ulm.de/HNU_WP31_Kimpflinger_ODM-Streaming.pdf , S. 9.....	20
Abbildung 3: Quelle: eigene Darstellung, aus: Martin Gersch u.a. (2007): Die Branchentransformation der Musikindustrie. Eine (co-) evolutorische Analyse unter Berücksichtigung des Einflusses einzelner Geschäftssysteme, S. 21.....	20
Abbildung 4: Digitales Musikkonsumverhalten, Nielsen & MIDEM, 2011, The hyper-fragmented world of music: Marketing considerations and revenue maximation , S. 5. 23	
Abbildung 5: The decline in the recorded music industry over the last 15 years, Spotify Artists, http://www.spotifyartists.com/spotify-explained/ , o. S.....	24
Abbildung 6: Wie hoch sind Ihre monatlichen Einnahmen aus selbst veröffentlichten Büchern?, Self-Publisher-Bibel, http://www.selfpublisherbibel.de/die-ergebnisse-der-grossen-selfpublishing-studie-2015-teil-1/ , o.S.	30
Abbildung 7: Umsatz in den einzelnen Vertriebskanälen im Buchmarkt in Deutschland im Jahr 2015 (gegenüber dem Vorjahr), Statista, http://de.statista.com/statistik/daten/studie/6313/umfrage/umsatzanteile-der-vertriebskanale-im-buchmarkt/ , o.S.	31
Abbildung 8: Quelle: eigene Darstellung, aus: Chartsurfer.de (Hrsg.) (o.J.): Michael Jackson in den Single Charts, ohne Erscheinungsort, ohne Seite. Chartsurfer.de (Hrsg.) (o.J.): Adele in den Single Charts, ohne Erscheinungsort, ohne Seite. JACKSON.CH (Hrsg.) (o.J.): Biographie Michael Jackson, ohne Erscheinungsort, ohne Seite. Eventim (Hrsg.) (o.J.): Biografie Adele, ohne Erscheinungsort, ohne Seite.	48

1 Einleitung

Eine im März 2010 von der internationalen Handelskammer veröffentlichte Studie zeigt, dass die illegale Nutzung urheberrechtlich geschützter Inhalte im Internet allein in Deutschland einen Schaden von 1,2 Milliarden Euro pro Jahr verursacht und damit rund 34.000 Arbeitsplätze pro Jahr gekostet hat. In den folgenden Abschnitten werden die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Schutz des geistigen Eigentums in der Musik- und Buchindustrie untersucht.¹ Weiterhin wird auch ein Fokus auf die ökonomischen Folgen gelegt.

Zunächst werden die theoretischen Grundlagen dargestellt und wichtige Begriffe erklärt.

Daraufhin werden in Kapitel 3 die beiden Felder „Musikindustrie“ und „Buchindustrie“ und deren Bezug zum Schutz des geistigen Eigentums und der Digitalisierung näher erläutert.

Daran anschließend erfolgt eine nähere Betrachtung des mangelnden Schutzes von urheberrechtlich geschützten Werken der Bereiche Musikindustrie und Buchindustrie.

Im Anschluss werden im 5. und 6. Kapitel die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Schutz des geistigen Eigentums herausgestellt und analysiert. Für die Buchindustrie wird ein Vergleich zweier Vertriebswege dargestellt. Zum einen der Vertrieb über den klassischen Verlag und zum anderen der Vertrieb über Self-Publishing. Als weitere Form der Untersuchung wurde ein Experteninterview gewählt. Mit den Antworten des befragten Experten sollen weitere Auswirkungen herausgestellt werden. Die gleiche Untersuchungsart wird für den Bereich Musikindustrie angewandt. Zur Untersuchung von Auswirkungen wird auch für die Musikindustrie ein Vergleich angestrebt. Es werden zwei Künstler miteinander verglichen. Auf der einen Seite ein Künstler der vor der Digitalisierung Erfolge in der Musikindustrie verzeichnen konnte und auf der anderen Seite ein Künstler der nach der Digitalisierung Erfolge in der Musikindustrie verzeichnen konnte. Als zusätzliche Untersuchungsmethode wurde auch für diesen Bereich ein Experteninterview gewählt. Durch die Antworten des Experten sollen weitere Auswirkungen der Digitalisierung herausgestellt werden.

Abschließend wird im letzten Kapitel die Forschungsfrage beantwortet, eine Bewertung der aktuellen Lage durchgeführt, ein Blick in die Zukunft gegeben und eine kritische Betrachtung der eigenen Arbeit vorgenommen.

Die vorliegende Arbeit basiert auf einer empirischen Untersuchung. Die Untersuchungsmethode war ein leitfadengestütztes Experteninterview.

¹ Vgl. We safe your copyrights, Rechtsanwaltsgesellschaft mbH (Hrsg.) (o. J.): Zahlen und Fakten zur Auswirkung von illegalem Filesharing auf die Kultur und Kreativwirtschaft, ohne Erscheinungsort, ohne Seite.

Der Zeitraum aus dem die Literatur stammt ist vom Jahr 2004 bis zum Jahr 2016. Das Untersuchungsmaterial war auf der einen Seite Literatur zu den Themen Digitalisierung, E-Books, Musikindustrie, Buchindustrie und auf der anderen Seite die Auswertung der erhaltenen Antworten von den befragten Experten.

1.1 Problemstellung

Durch die Digitalisierung ergibt sich ein hohes Potenzial für die Nutzung und Distribution von Inhalten geistigen Eigentums. Parallel öffnet das Potenzial der Digitalisierung auch illegale Wege um urheberrechtlich geschütztes Material zu vervielfältigen und zu verbreiten. Durch die zunehmende Entstehung und Verbreitung des Internets wurde eine Plattform geschaffen die die zunehmende Verbreitung von Raubkopien fördert. Durch die steigende illegale Beschaffung von geistig geschützten Inhalten musste die Musikindustrie in den letzten Jahren einen starken Umsatzrückgang hinnehmen. Die Buchindustrie ist von dieser Entwicklung ebenfalls betroffen. Durch die einfache Vervielfältigung und Weitergabe von E-Books ist auch in diesem Bereich der Schutz des geistigen Eigentums immer weniger geleistet. Die aus der Digitalisierung resultierenden Auswirkungen die zu Umsatzrückgängen in der Musik- und Buchindustrie führen, werden in der nachfolgenden Arbeit genauer untersucht.

1.2 Forschungsmethodik

Bei der Untersuchungsform dieser Arbeit, handelt es sich um eine empirische Untersuchung. Der Begriff „empirisch“ bedeutet, Erfahrungen über die Realität zu sammeln, sie zu systematisieren und im Anschluss auf den Gegenstandsbereich anzuwenden.² Die Art der Messung und Auswertung wird „qualitativ“ sein. Durch die qualitative Art der Messung und Auswertung zielt man darauf ab, Meinungen und Einstellungen der Befragten in ihrer ganzen Komplexität abzubilden. Der Interviewer ist an individuellen, subjektiven und detaillierten Aussagen des Befragten interessiert.³

Als Methode der Datenerhebung wurde das problemzentrierte Leitfadeninterview gewählt. Das Interview lässt den Befragten möglichst frei zu Wort kommen um ein offenes Gespräch herbeizuführen. Das Gespräch ist trotzdem zentriert auf eine bestimmte

² Vgl. Brosius, Hans-Bernd u.a (2009): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung, Wiesbaden, S. 18.

³ Vgl. Brosius, Hans-Bernd u.a (2009): Methoden der empirischen Kommunikationsforschung. Eine Einführung, Wiesbaden, S. 20.

Problemstellung, auf die der Interviewer immer wieder zurückkommt. Diese Problemstellung wurde vom Interviewer bereits vorher in seiner Arbeit behandelt. Als Grundlage ist es wichtig, dass es zu einer Vertrauenssituation zwischen dem Interviewer und dem Befragten kommt. Der Interviewer soll sich ernst genommen fühlen. Aus diesem Grund ist ein persönliches Interview auch oftmals ehrlicher, reflektierter und genauer als bei einem Fragebogen oder Ähnlichem. Der Interviewte wird durch den Leitfaden zwar auf bestimmte Fragestellungen hingelenkt, er hat aber trotzdem noch die Möglichkeit, offen und ohne Antwortvorgaben darauf zu reagieren. Die Forschung setzt an gesellschaftlichen Problemen an, deren objektive Seite vorher analysiert wird.⁴

⁴ Vgl. Mayring, Philipp (2002): Einführung in die qualitative Sozialforschung, Weinheim und Basel, S. 67-69.

2 Theoretische Grundlagen

2.1 Geistiges Eigentum

Geistiges Eigentum ist das Ergebnis des individuellen Denkvermögens, der menschlichen Intelligenz und Kreativität. Es entsteht im menschlichen Bewusstsein. Wesensmerkmale von geistigem Eigentum sind im wesentlichen Originalität, Individualität, Novität und Relevanz eines neuen Gedankens, einer Idee oder einem Denkmuster vom geistigen Schöpfer. Eine geistige Schöpfung die als geistiges Eigentum zählen soll, muss über den Rahmen von Allgemeinwissen und bekannten Tatsachenkenntnissen hinausgehen.⁵

Ein geschaffenes Werk und die darin verkörperte geistige Leistung des Schöpfers stellt nach einer Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts mit Berufung auf Artikel 14 des Grundgesetzes Eigentum dar. Aus diesem Grund wird das Urheberrecht auch vielfach als geistiges Eigentum bezeichnet.⁶

In dieser Arbeit wird lediglich das Urheberrecht behandelt. Zu urheberrechtlich geschützten Werken zählen Romane, Werke der Musik, Filmwerke und Gemälde. Um ein Werk urheberrechtlich zu schützen muss es ein Ergebnis persönlichen Schöpfens sein, einen geistigen Gehalt aufweisen, in einer sinnlich wahrnehmbaren Form vorliegen und Individualität aufweisen. Ein Schutzrechtinhaber kann nur eine natürliche Person sein und das Schutzrecht entsteht automatisch mit der Schaffung des Werks. Es bleibt grundsätzlich bis zum Ende des 70. Jahres nach dem Tod des Schöpfers bestehen. Dem Urheber stehen die Rechte zu sein Werk zu veröffentlichen, zu vervielfältigen, es zu verbreiten und weitere Rechte. Diese Rechte geben dem Urheber die Möglichkeit für die Nutzung seiner Werke eine angemessene Vergütung zu verlangen.⁷

⁵ Vgl. Hiltolt, Barbara (2014): Geistiges Eigentum, ohne Erscheinungsort, S. 325.

⁶ Vgl. Meschede, Thomas (2007): Der Schutz digitaler Musik- und Filmwerke vor privater Vervielfältigung nach den zwei Gesetzen zur Regelung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft, Frankfurt am Main, S. 63.

⁷ Vgl. Perwin, Frank (2010): Geistiges Eigentum und Informationszugang: Der Einfluss der deutschen Informationszugangsrechte auf das geistige Eigentum in Deutschland, Marburg, S. 30/31.

2.1.1 Die Rechte des geistigen Eigentums

Das geistige Eigentum unterteilt man in zwei Teilaspekte: den gewerblichen Rechtsschutz und das Urheberrecht. Der gewerbliche Rechtsschutz umfasst folgende Rechtsgebiete: das Patent- und Gebrauchsmusterrecht, das Sortenschutzrecht, das Geschmacksmusterrecht, das Recht zum Schutz von Topographien und das Recht zum Schutz von Kennzeichen. Alle Rechte haben gemeinsam das sie Ihren Inhabern umfangreiche ausschließliche Nutzungs- und Verwertungsrechte einräumen.⁸

In der vorliegenden Arbeit wird zwar lediglich das Urheberrecht behandelt, jedoch werden die anderen Rechte auch kurz erläutert um dem Leser einen Eindruck über das Geistige Eigentum zu vermitteln:

Patentrecht: Durch das Patentrecht können wichtige technische Entwicklungen, die hilfreich für den Fortschritt und das wirtschaftliche Wachstum sind geschützt werden. Mittels der Ausschließlichkeitsrechte die durch das Patentrecht entstehen hat der Erfinder die Möglichkeit Nutzen aus seiner Entwicklung zu ziehen und wird zu weiteren innovativen Entwicklungen angeregt. Die Voraussetzung für die Patentierung eines Produkts ist, dass es sich um eine Erfindung handelt, die neu, erfinderisch und gewerblich anwendbar ist.⁹

Gebrauchsmusterrecht: Das Gebrauchsmusterrecht weist viele Ähnlichkeiten zum Patentrecht auf. Es ist ein weiteres Schutzrecht für technische Erfindungen. Das Gebrauchsmusterrecht kann im Gegensatz zum Patentrecht viel schneller und einfacher erworben werden, hat aber auch den Nachteil, dass sowohl die Bandbreite schutzfähiger Erfindungen als auch die Schutzdauer geringer sind. Durch das Gebrauchsmusterrecht sind Erfindungen schutzfähig die neu und gewerblich anwendbar sind und auf einem erfinderischen Schritt beruhen.¹⁰

Sortenschutzrecht: Durch das Sortenschutzrecht kann speziell für Pflanzensorten ein Schutzrecht erlangt werden. Das Ziel des Sortenschutzrechts ist es, den Entdecker oder Züchter einer neuen Pflanzensorte zu belohnen und einen Anreiz zu schaffen für

⁸ Vgl. Perwin, Frank (2010): Geistiges Eigentum und Informationszugang: Der Einfluss der deutschen Informationszugangsrechte auf das geistige Eigentum in Deutschland, Marburg, S. 29.

⁹ Vgl. Perwin, Frank (2010): Geistiges Eigentum und Informationszugang: Der Einfluss der deutschen Informationszugangsrechte auf das geistige Eigentum in Deutschland, Marburg, S. 31 / 32.

¹⁰ Vgl. Perwin, Frank (2010): Geistiges Eigentum und Informationszugang: Der Einfluss der deutschen Informationszugangsrechte auf das geistige Eigentum in Deutschland, Marburg, S. 33.

neue Züchtungen und Entdeckungen. Dadurch soll der Fortschritt auf dem Gebiet des Pflanzenbaus gefördert werden.¹¹

Geschmacksmusterrecht: Bei dem Geschmacksmusterrecht werden meistens Errungenschaften auf dem Gebiet der Ästhetik geschützt. Das Geschmacksmusterrecht, hat nicht, wie man annehmen könnte, etwas mit Lebensmitteln oder mit Geschmack im Sinne von Schmecken zutun. Vielmehr geht es um wahrnehmbare Designs und Gestaltungen. Das Objekt das man durch das Geschmacksmusterrecht schützen lassen will, nennt man „Muster“. Hierbei handelt es sich um zwei- oder dreidimensionale Erscheinungsformen eines ganzen Erzeugnisses oder eines Teils davon. Das Erzeugnis kann nach dem Geschmacksmustergesetz jeder handwerkliche und industrielle Gegenstand sein. Weitere Voraussetzungen für den Schutz eines Musters sind die Neuheit des Musters und die Aufweisung der Eigenart.¹²

Recht zum Schutz von Kennzeichen: Bei dem Schutz von Kennzeichen werden Marken, geschäftliche Bezeichnungen und geographische Herkunftsangaben geschützt. Solange die erforderliche Gebühr gezahlt wird, und das Kennzeichen rechtserhaltend benutzt wird, kann der Schutz ohne zeitliche Einschränkung bestehen. Die Funktion des Schutzes von Kennzeichen ist es, die Ursprungsidentität einer Ware zu identifizieren und so zu verhindern das es zu Verwechslungen mit anderen Waren kommt. Das Kennzeichen individualisiert das Produkt und gibt dem Kunden die Möglichkeit, sich positiv oder negativ an das Produkt zurückzuerinnern.¹³

Recht zum Schutz von Topographien: Bei diesem Schutzrecht sind dreidimensionale Strukturen von mikroelektronischen Halbleitererzeugnissen der Schutzgegenstand. Voraussetzungen für den Schutz sind lediglich, dass die Topographien eine Eigenart aufweisen müssen, durch geistige Arbeit geschaffen werden müssen und über den allgemein üblichen Stand hinausgehen müssen.¹⁴

Urheberrecht: Das Urheberrecht schützt Ergebnisse menschlichen Schaffens, die dem sogenannten Kulturschaffen zuzuordnen sind. Darunter fallen Romane, Werke der Mu-

¹¹ Vgl. Perwin, Frank (2010): Geistiges Eigentum und Informationszugang: Der Einfluss der deutschen Informationszugangsrechte auf das geistige Eigentum in Deutschland, Marburg, S. 35.

¹² Vgl. Perwin, Frank (2010): Geistiges Eigentum und Informationszugang: Der Einfluss der deutschen Informationszugangsrechte auf das geistige Eigentum in Deutschland, Marburg, S.37.

¹³ Vgl. Perwin, Frank (2010): Geistiges Eigentum und Informationszugang: Der Einfluss der deutschen Informationszugangsrechte auf das geistige Eigentum in Deutschland, Marburg, S. 37.

¹⁴ Vgl. Perwin, Frank (2010): Geistiges Eigentum und Informationszugang: Der Einfluss der deutschen Informationszugangsrechte auf das geistige Eigentum in Deutschland, Marburg, S. 42.

sik, Filmwerke und Gemälde. Die Schutzfähigkeit durch das Urheberrecht setzt ein Werk der Literatur, Wissenschaft oder Kunst voraus. Außerdem muss das Werk Ergebnis persönlichen Schöpfens sein, einen geistigen Gehalt aufweisen, in einer sinnlich wahrnehmbaren Form vorliegen und Individualität aufweisen. Der Inhaber eines Schutzrechts ist der Schöpfer des Werks, beziehungsweise wenn es mehrere Schöpfer gibt, eine Mehrheit von Schöpfern. Weiterhin kann der Schutzrechtsinhaber nur eine natürliche Person sein. Das Urheberrecht entsteht mit der Schaffung des Werks und ist grundsätzlich bis zum Ende des 70. Jahres nach dem Tode des Urhebers gültig. Der Urheber hat das Recht sein Werk zu veröffentlichen, zu vervielfältigen und zu verbreiten. Durch diese Ausschließlichkeitsrechte hat der Urheber die Möglichkeit eine angemessene Vergütung für die Nutzung seiner Werke zu verlangen.¹⁵

2.1.2 Geschichte des geistigen Eigentums und der Urheberrechte

Die Vorstellung vom geistigen Eigentum breitete sich zwischen dem Spätmittelalter und dem 19. Jahrhundert in Europa aus und verbreitet sich seit dem 19. Jahrhundert weltweit. Bis zum 19. Jahrhundert wurde die freie Herstellung und Verbreitung von Werken und Bildern stark behindert, da sie als Gefahrenquelle für die weltliche und geistliche Herrschaft galt. Der Gebrauch von Wissen und Kultur war durch Fürsten und andere Oberhäupter ständig geregelt.¹⁶ „Exklusive Handelsrechte wurden durch Religion, Tradition und Gewohnheit legitimiert.“¹⁷ Das Recht, geistiges Eigentum zu entwickeln und zu veröffentlichen galt damals als Privileg, dass von Kaisern, Päpsten oder Fürsten verliehen wurde. Nach einer Zeit griff der Staat immer stärker in Wissen, Kultur und wirtschaftliche Beziehungen ein. Viele höhere Beamte und Professoren wurden zur staatlichen Bildungselite. Diese Förderung des Bildungswesens fand aus machtpolitischen Gründen statt. Weltliche und geistliche Autoritäten vergaben die Rechte für die Herstellung und Verbreitung von geistigen Werken. In der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts begannen die Autoren sich gegen die Verleger und Drucker aufzulehnen. In der Debatte zwischen beiden Seiten ging es darum, wer die Eigentumsrechte an einem Buch hatte. Rechtsprechungen aus England und Frankreich ermöglichten erstmals

¹⁵ Vgl. Perwin, Frank (2010): Geistiges Eigentum und Informationszugang: Der Einfluss der deutschen Informationszugangsrechte auf das geistige Eigentum in Deutschland, Marburg, S. 30 / 31.

¹⁶ Vgl. Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.) (2006): Geschichte des geistigen Eigentums und der Urheberrechte, ohne Erscheinungsort, S. 1.

¹⁷ Vgl. Siegrist, Hannes (2006): Geschichte des geistigen Eigentums und der Urheberrechte, ohne Erscheinungsort, S. 1.

eine Rechtsprechung die den Autor als rechtlichen Urheber des Werks anerkannte. Dadurch stieg das Selbstbewusstsein zahlreicher Autoren. Die Rolle des Autors wurde mit neuen Argumenten umkonstruiert. Ein Autor war jetzt nicht mehr jemand der lediglich die traditionellen Regeln der Kunst und Rhetorik darstellte, er war vielmehr ein Schöpfer, Entdecker und Erfinder von Texten, Bildern und Gedanken. Das Buch wurde lediglich vervielfältigt, als materielle Form gekauft und als Text und Inhalt vom Leser angeeignet. Der Gedanke und die Form des Ausdrucks jedoch seien unveräußerlich und gehören dem Autor.¹⁸ Im Jahre 1837 wurde das „Gesetz zum Schutze des Eigentums an Werken der Wissenschaft und Kunst gegen Nachdruck und Nachbildung“ erlassen. Es legte fest, dass der Druck und die mechanische Vervielfältigung nur dem Autor zusteht. Dreißig Jahre nach dem Tod des Autors sollten die Rechte an die Allgemeinheit übergehen. Die Entwicklung der Autoren- und Urheberrechte hing im 19. Jahrhundert stark von der Einschätzung der Mittelschicht, der Gesetzgeber und der Elite ab, ob sie diese als notwendig und bedeutend für den Fortschritt der Nation einschätzten. Viele berühmte Autoren und Komponisten wie Goethe, Victor Hugo und Emile Zola stritten im Gerichtssaal und in Zeitungen für eine Ausdehnung der Rechte des Autors. Ihre Gegner sagten, dass durch eine Ausdehnung der Schutzrechte geistige Erbhöfe geschaffen würden, welche die Dynamik der Kultur behindern würden. Andere Gegner führten auf, dass durch eine Ausdehnung der Schutzrechte preistreibende Monopole geschaffen würden. Kultur müsse für alle zugänglich bleiben, da sie nur so eine zivilisierende und integrative Funktion erfüllen könne. Anhänger und Gegner fingen in Zeiten der Nationalisierung von Kultur und Gesellschaft damit an, den Autor als zentrale Figur der nationalen Kultur und Identität zu sehen. Künstler, Wissenschaftler, Journalisten, Schriftsteller und Verleger gründeten in den folgenden Jahren Clubs, Zirkel, Vereine und Verbände zur Verbesserung ihrer Lage und Rechte. Später bildeten sich daraus regionale und nationale Berufsverbände und berufsgruppenübergreifende und internationale Interessenskartelle.¹⁹

¹⁸ Vgl. Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.) (2006): Geschichte des geistigen Eigentums und der Urheberrechte, ohne Erscheinungsort, S. 2.

¹⁹ Vgl. Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.) (2006): Geschichte des geistigen Eigentums und der Urheberrechte, ohne Erscheinungsort, S. 4 / 5.

2.2 Digitalisierung

2.2.1 Digitalisierung in der Musikindustrie

Der Begriff „Digitalisierung“ ist ein Synonym für eine technische Form der Datenaufzeichnung und –übermittlung, bei der Daten in eine Abfolge von Zahlen konvertiert werden. Für die sensorische Aufnahme der Daten durch den Menschen, werden Sie durch den Computer, Umwandlungsgeräte oder Darstellungsgeräte wieder in analoge Form umgewandelt. Die Anfänge der Digitalisierung machte die Compact Disk (CD) in den Jahren 1982/83. Durch die Einführung der CD war Musik in einem digitalen Format verfügbar. Dadurch konnten Nutzer erstmals Musik verlustfrei auf den Computer kopieren und auf dem Computer abspielen. Durch die CD wurde das digitale Zeitalter eingeläutet. Anfangs gab es für Endverbraucher keine erschwinglichen Kopiermöglichkeiten. Mitte der neunziger Jahre wurde erst die massenhafte digitale Vervielfältigung möglich. Ausschlaggebende Gründe dafür waren die Entwicklung von Kompressionstechniken, die schnelle Entfaltung des Internets und die immer schneller werdenden Internetzugänge.²⁰ Diese rasante Entwicklung hatte auch schwerwiegende Folgen auf den Schutz des geistigen Eigentums. Durch die Kopiermöglichkeiten und die Möglichkeit schnell Daten von A nach B zu schicken, konnte das geistige Eigentum der Künstler nicht mehr ausreichend geschützt werden.

2.2.2 Digitalisierung in der Buchindustrie

So wie es die Digitalisierung in der Musikindustrie gibt, findet man sie auch in der Buchindustrie. Die Verbreitung der Digitalisierung und die Ausweitung des Internets treffen die Buchverlage in besonderem Maße. Immer mehr Nutzer lesen publizistische Inhalte über Ihren Computer oder Ihr Smartphone anstatt auf traditionelle Druckzeugnisse wie Buch, Zeitung oder Zeitschrift zurückzugreifen. Dies hat zur Folge, dass die Auflagen der Tageszeitungen und den meisten anderen Printmedien stetig sinken.

²⁰ Vgl. Meschede, Thomas (2007): Der Schutz digitaler Musik- und Filmwerke vor privater Vervielfältigung nach den zwei Gesetzen zur Regelung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft, Frankfurt am Main, S.18.

Die Gründe für den Rückgang sind die hohe Anzahl kostenfreier und kostenpflichtiger Online-Angebote, wie beispielsweise E-Books oder Zeitungsartikel im Internet.²¹

Für Buchverlage sieht die Lage noch nicht dramatisch aus. Zwar gibt es den Missbrauch und den mangelnden Schutz von geistigem Eigentum, in Form von illegalen Downloads von E-Books, jedoch haben die illegalen Downloads von E-Books noch keine wirklichen Auswirkungen auf die Umsätze der Buchverlage.

2.2.3 Bedeutung der Digitalisierung für urheberrechtliche Werke und sonstige Schutzgegenstände

Durch die Digitalisierung wird die zeitliche und örtliche Unabhängigkeit von immateriellen Gütern verstärkt. Die vom Urheber geschaffene Information, die auf einem materiellen Träger gespeichert wird (Beispiel: Musikstück = vom Urheber geschaffene Information; CD = materieller Träger) wird von dem Träger entkoppelt und codiert. Die codierten Daten können anschließend auf einem digitalen Datenträger gespeichert werden und mithilfe eines technischen Geräts abgespielt bzw. erkennbar gemacht werden. Die Datensätze die nun nicht mehr auf einem materiellen Träger gespeichert sind, können nun problemlos über das Internet bzw. Rechnernetze ausgetauscht werden. Inhalte auf einem materiellen Träger können lediglich über zeitlich und finanziell aufwändigere Wege transportiert werden. Ein Inhalt der digitalisiert wurde, besteht aus einem aus Nullen und Einsen zusammengesetzten Binärcode. Vorteile von digitalisierten Inhalten sind, dass man jede Stelle im Werk direkt ansteuern kann. Außerdem ist es möglich, unendlich viele verlustfreie Kopien des digitalen Werks zu erstellen. Da während des Kopiervorgangs bloß Datensätze multipliziert werden müssen, weist eine Kopie keine Qualitätsunterschiede auf.²² Die beschriebene Entwicklung durch die Digitalisierung wird für die Musik- und Buchindustrie zum Verhängnis. Der Schutz des geistigen Eigentums kann durch diese Entwicklung nicht mehr ausreichend gewährleistet werden.

²¹ Vgl. Heng, Stefan, Heymann, Eric, Müller, Marion (2010): Verlage im Umbruch: Digitalisierung mischt Karten neu, Frankfurt am Main, S. 3.

²² Vgl. Bornhauser, Jonas (2010): Anwendungsbereich und Beschränkung des urheberrechtlichen Vervielfältigungsrechts im digitalen Kontext, Bern, S. 13 / 14.

2.3 Schöpfer und Rezipienten geistigen Eigentums

Eine Person kann als „Schöpfer geistigen Eigentums“ bezeichnet werden, wenn sie ein Werk geschaffen hat, welches das Ergebnis des persönlichen Schöpfens ist. Dieses Werk muss einen geistigen Gehalt und Individualität aufweisen und muss in einer sinnlich wahrnehmbaren Form vorliegen.²³

Als Rezipient wird in vielen Kommunikationsmodellen der Empfänger einer Botschaft bezeichnet (Leser, Zuhörer, Besucher, usw.). In diesem Fall sind es die Leser von Büchern und die Zuhörer von musikalischen Werken.

2.4 Die digitale Medienwelt

Die Medienwelt umfasst in der vorliegenden Arbeit hauptsächlich das Internet. In der vorliegenden Arbeit werden die beiden Themengebiete „Musikindustrie“ und „Buchindustrie“ behandelt.

In der Musikindustrie stellt der Begriff Medienwelt, die Möglichkeit des „Downloads“ und des „Streams“ von Musikdateien aus dem Internet dar. Außerdem umfasst der Begriff Medienwelt auch die Erfindung des MP3 Formats und das Aufkommen von CD- und DVD-Brennern, die zum schlechteren Schutz des geistigen Eigentums geführt haben.

In der Buchindustrie stellt die Medienwelt, den Bereich des „Self-Publishings“ dar. Self-Publisher werden teilweise als die Nachfolger von klassischen Buchautoren betrachtet. Weiterhin wird in der Untersuchung der Begriff des E-Books ebenfalls zu dem Begriff Medienwelt gezählt.

²³ Vgl. Perwin, Frank (2010): Geistiges Eigentum und Informationszugang: Der Einfluss der deutschen Informationszugangsrechte auf das geistige Eigentum in Deutschland, Marburg, S. 31.

3 Analyse der Felder Buchindustrie und Musikindustrie hinsichtlich des Schutzes des geistigen Eigentums in Bezug auf die Digitalisierung

3.1 Definition der Buchindustrie

3.1.1 Die Wertschöpfungskette eines Buchverlags

Ein Verlag wird meistens von einem Verleger geleitet. Der Verleger beauftragt externe Dienstleister mit der Fertigung bestimmter Produkte und kümmert sich selbstständig und auf eigenes Risiko um den Vertrieb von diesen Produkten. Die Kernaufgabe eines Buchverlags sind die Beschaffung, die formal-strukturelle Gestaltung, die inhaltlich geistige Aufbereitung und die Vermarktung von Büchern und anderen Medien als Werke von Autoren. Der Autor eines Buches tritt in der Regel ein ausschließliches Vervielfältigungs- und Verbreitungsrecht an den Verlag ab. Aus dem gesamten Verkaufserlös der Werke und aus den Nebenrechten erhält der Autor Honorare bzw. Tantiemen.²⁴

Die Wertschöpfungskette im klassischen Buchverlag beinhaltet eine große Anzahl von Mittlern. Der Autor verfügt meistens über einen Agenten, der mit den Verlagen über Verwertungs- und Nutzungsrechte verhandelt. Bei einem zustande gekommenen Vertrag übermittelt er auch die geplanten Titel des Autors an den Verlag. Ein Verlag hat ein sogenanntes Lektorat. Durch das Lektorat werden Manuskripte und andere Inhalte von Autoren begutachtet und eingestuft, ob sie marktfähig sind und Chancen am Markt haben. Wenn der Vertrag erfolgreich zustande gekommen ist, veranlasst der Verlag die Produktion und organisiert die Vermarktung der Inhalte.²⁵

²⁴ Vgl. Bardeleben, Martin (2010): Erfolgreiches Marketing von E-Books. Praktische Handlungsempfehlungen für Verlage, Hamburg, S. 2 / 3.

²⁵ Vgl. Bardeleben, Martin (2010): Erfolgreiches Marketing von E-Books. Praktische Handlungsempfehlungen für Verlage, Hamburg, S. 4.

3.1.2 Der Buchverlag im Zeitalter der neuen Medien

Internetbuchhändler, Hersteller von mobilen Endgeräten zum Lesen digitaler Inhalte und Verlage knüpften zu Beginn noch hohe Erwartungen an die Digitalisierung der Buchbranche. Verlage hofften mit E-Books neue Zielgruppen zu erschließen und so das klassische Buch wieder beliebter zu machen. Andere beschworen das Ende des klassischen Buchs, sobald E-Books auf den Markt kommen.²⁶ Bis jetzt ist keine der beiden Szenarien als Extremfall eingetreten. Allerdings ist das geistige Eigentum durch das Aufkommen von E-Books nicht mehr so stark geschützt, da E-Books inzwischen auch schon illegal gedownloadet werden.

Allerdings hat sich seit der Einführung von E-Books und der generellen Digitalisierung von Büchern einiges in der Verlagsbranche getan. Bis vor ein paar Jahren gab es nur einen klassischen Vertriebsweg. Das gedruckte Buch ging vom Verlag über den Buchhandel oder Bibliotheken direkt zum Leser. Seit der Einführung von digitalen Büchern haben sich weit mehr Vertriebskanäle für unterschiedliche Zielgruppen entwickelt.

Es ist zu unterscheiden zwischen den Bereichen „B-to-B“ (Business-to-Business) und „B-to-C“ (Business-to-Consumer). Im „Business-to-Business“ Markt stehen den Verlagen meistens verlässliche und zahlungsbereite Kunden gegenüber, die den Wert digital erzeugter Produkte zu schätzen wissen und dementsprechend auch bereit sind für diese zu zahlen. Die Kunden sind meistens institutionelle Kunden, also beispielsweise Kliniken, Bibliotheken, Institute und andere. Durch die Einführung von digitalen Produkten wurde die Leistungserstellung für institutionelle Kunden deutlich vereinfacht. Aus diesem Grund haben speziell Wissenschaftsverlage hohe Einnahmen durch ihre Digitalprodukte. Fast jeder Wissenschaftsverlag, der institutionelle Kunden beliefert, hat eine große Auswahl an Digitalprodukten. In diesem Bereich ist der Schutz des geistigen Eigentums nicht stark gefährdet.

Beim „Business-to-Consumer“ Markt sieht das etwas anders aus. Im „B-to-C“ Bereich vertreiben die Verlage ihre Produkte nicht mehr an institutionelle Kunden, sondern an private Nutzer. Die individuellen Nutzer haben zum einen eine viel geringere Zahlungsbereitschaft für digitale Produkte und zum anderen sind sie nicht zuverlässig im puncto Nicht-Weitergabe digitaler Inhalte an Dritte. Bis vor einiger Zeit gab es die allgemeine Prognose, dass digitale Inhalte in Zukunft nur im wissenschaftlichen und professionel-

²⁶ Vgl. Dr. Müller, Christina, Spiegel, Stefan, Ullrich, Franka (2010): E-Books in Deutschland: Der Beginn einer neuen Gutenberg-Ära?, Düsseldorf, S. 5.

len Bereich erfolgreich sein können. Inzwischen sind aber auch digitale Produkte aus dem Bereich Unterhaltung und Literatur sehr erfolgreich am digitalen Markt vertreten. Nicht zuletzt hat man diesen Umstand auch den mobilen Geräten zu verdanken, mit denen man E-Books bequem lesen kann.²⁷ Durch die geringe Zahlungsbereitschaft der privaten Nutzer, ist es wahrscheinlicher, dass auf dem Privatkundenmarkt der Schutz des geistigen Eigentums stark abnehmen wird.

3.1.3 Entwicklung und Herausforderung beim Buchverlag

Im Gegensatz zu anderen Industrien, wie beispielsweise der Film- und Musikindustrie, wurde die Buchindustrie zunächst nicht von der Digitalisierung beeinflusst. Der Grund dafür war, dass es lange keine mobilen Endgeräte gab, mit denen man ein digitalisiertes Buch hätte lesen können. Inzwischen gibt es eine Vielzahl an Anbietern von mobilen Endgeräten zum Lesen digitaler Inhalte. Durch die Erfindung des Smartphones und Tablet PCs wird es immer einfacher, digitale Inhalte zu lesen.²⁸ Das ist eine Herausforderung für die Buchverlage, da nun die digitalen Bücher günstiger verkauft werden müssen und das geistige Eigentum noch einfacher kopiert werden kann.

3.1.4 Self-Publishing

Das Self-Publishing an sich ist kein neues Phänomen. Schon immer gab es Autoren, die ihre Bücher im Eigenverlag veröffentlicht haben. Bis vor kurzer Zeit wurden Autoren, die ihre Bücher selbst herausgebracht haben, weniger ernst genommen im Vergleich zu Verlagsautoren. Inzwischen stellt sich bei diesem Vergleich ein Umdenken ein. Durch die Entstehung des E-Books und die immer größer werdende Social Media Community beginnt sich das Bild von Self-Publishing Autoren zu wandeln. Wenn ein Autor früher ein Buch veröffentlichen wollte, musste er nicht nur das Buch schreiben, sondern auch die Aufgaben eines Verlags und die damit verbundene Finanzierung übernehmen. Das Buch musste lektoriert, gesetzt, gedruckt, vertrieben und beworben werden. Heute gibt es deutlich weniger Hürden, ein Buch im Internet zu veröffentlichen. Man muss lediglich eine Datei auf einer Plattform hochladen, das Manuskript in ein E-

²⁷ Vgl. Maier, Matthias, Simon-Ritz, Frank (2011): Alles digital? E-Books in Studium und Forschung, Weimar, S. 32 / 33.

²⁸ Vgl. Habke, Marc (2012): Die Wertschöpfung geistigen Eigentums im digitalen Zeitalter, Hamburg, S. 33.

Book umwandeln, das Buch auf andere Verkaufsplattformen einstellen und die Vergabe einer ISBN übernimmt der jeweilige Anbieter.

Seitdem Amazon seine eigene Self-Publishing-Plattform KDP (Kindle Direct Publishing) gegründet hat, erfährt das Self-Publishing einen Imagewechsel. Der Autor muss keine Nutzungsrechte an Amazon abtreten und zahlt auch keine Grundkosten. Amazon wird lediglich beim Verkauf des Buches am Verkaufspreis beteiligt.

Auch berühmte Autoren verlegen Ihre Bücher inzwischen erfolgreich selber. Inzwischen stammt jeder fünfte Titel der Bestseller Liste von Kindle E-Books von einem Self-Publisher.

Der Aufschwung des Self-Publishings hat auch Auswirkungen auf die Verlage. Die Verlage haben keine Monopolstellung mehr, da Sie den Zugang zum Markt nicht mehr umfassend kontrollieren können. Durch diese neuen Zugangsmöglichkeiten zum Markt auch für unbekannte Autoren, kommen deutlich mehr Bücher auf den Markt.

Verlage genießen auch heute noch eine hohe Vertrauenswürdigkeit bei Kunden in Bezug auf die verlegten Texte. Viele Self-Publishing Autoren streben trotz der neuen technischen Möglichkeiten immer noch einen Vertrag mit einem Verlag an. Gerade bei einem Überangebot von E-Books ist es für das einzelne Buch, auch wenn es einen sehr guten Inhalt hat, sehr schwer aus der Masse herauszustechen.²⁹

3.2 Definition der Musikindustrie

3.2.1 Vorstellung der Musikindustrie

Die Musikindustrie beinhaltet alle Geschäftsbereiche die in irgendeiner Form Musik zu Geld verwerten. Es geht nicht alleine um die technische Herstellung und um die Vermarktung eines Tonträgers. Es zählen beispielsweise auch Konzertveranstalter oder Tourneeagenturen zu den Geschäftsbereichen die zu Umsatzerlösen führen.³⁰

²⁹ Vgl. Verlage der Zukunft (Hrsg.) (o.J.): Die Self Publishing-Revolution?!, ohne Erscheinungsort, ohne Seite.

³⁰ Vgl. Thurner, Roland (2010): Musikvermarktung im Internet: Über Geschäftsmodelle der Musikindustrie im digitalen Zeitalter und Möglichkeiten für Musikpromotion im Internet, Saarbrücken, S. 6.

Zu der Musikindustrie gehören einige Akteure die eine wichtige Rolle in der Musikindustrie einnehmen:

Komponisten und Musiker: Komponisten sind die Urheber von musikalischen Werken. Die musikalischen Werke sind durch das Urheberrecht geschützt. Musiker bieten die Musik dar. Sie geben in den meisten Fällen alle Rechte gegen einen pauschalen Geldbetrag an den Produzenten ab.

Management: Das Management soll den Künstler entlasten, sodass er genug Zeit hat um sich auf anstehende Auftritte zu konzentrieren.

Tonstudios und Produzenten: In Tonstudios entstehen die Musikproduktionen. Ein Produzent trägt die Hauptverantwortung für die Erstellung von musikalischen Aufnahmen in einem Tonstudio. Er entscheidet auch darüber, ob ein Musiktitel nochmal neu aufgenommen werden muss oder nicht.

Plattenfirmen: Grundsätzlich sagt man, dass eine Plattenfirma für die Produktion, Vervielfältigung und den Vertrieb zuständig ist. Oftmals werden diese Aufgaben aber auf externe Dienstleister ausgelagert. Die Hauptaufgabe einer Plattenfirma ist das Entdecken und die Auswahl neuer Künstler. Dafür ist innerhalb der Plattenfirma das „A & R Management“ (Artist and Repertoire) zuständig.

Verlage: Der Aufgabenbereich eines Verlags überschneidet sich an manchen Stellen mit dem einer Plattenfirma. Aus diesem Grund werden Musikverlage auch oftmals in die Plattenfirmen integriert. Die Aufgaben von Musikverlagen sind beispielsweise der Notendruck oder die Lizenzierung von Musikproduktionen. Sie erzielen ihre Erlöse durch Lizenzgeschäfte.

Presswerke: Sie übernehmen die mechanische Vervielfältigung von Musik auf Tonträgern.

Vertriebe: Vertriebe beliefern Einzelhändler mit den Produkten die sie von der Plattenfirma bekommen. Sie werden prozentual an den Verkaufserlösen beteiligt.

Booking Agenturen und Tourneeveranstalter: Sie kümmern sich um die Live Auftritte der Künstler. Die Agenturen und Veranstalter buchen und koordinieren die Veranstaltungen, kümmern sich um die Vertragsabwicklung und versorgen die Veranstalter mit Informations- und Promotionsmaterial.

Verwertungsgesellschaften: Die Verwertungsgesellschaften zahlen den Komponisten, Musikern und anderen Akteuren sogenannte Tantiemen aus. Der Urheber (Komponist oder Musiker) kann der Verwertungsgesellschaft im Rahmen eines Wahrnehmungsver-

trages „Werknutzungsrechte“ zur treuhändischen Wahrnehmung einräumen. Die Musiknutzer (Radiosender, Fernsehsender, etc.) müssen die Musikknutzung bei den zuständigen Verwertungsgesellschaften anmelden und bezahlen.³¹

3.2.2 Die Musikindustrie im Zeitalter der neuen Medien

Die Digitalisierung der Musikbranche ist vor allem auf die Entwicklung der CD, des CD-Brenners, des MP3-Formats und auf die zunehmende Internet-Vernetzung zurückzuführen.³² Schon Jahre vor der Digitalisierung gab es technologische Veränderungen in der Musikbranche. Beispielsweise hatte die Musikindustrie mit starken Umsatzrückgängen in den 30er Jahren zu kämpfen, als dass Radio sich durch die Nationalsozialisten zu einem Massenmedium entwickelte. Als in den Nachkriegsjahren die Vinyl LP, die Kasette und der Stereoklang erfunden wurden, ging es mit der Musikbranche wieder bergauf. Wobei es auch in dieser Zeit immer schon Konflikte zwischen konkurrierenden Interessensgruppen gab. Durch die Einführung der CD entstanden ebenfalls Interessenskonflikte in der Branche. Auf der einen Seite stiegen die Umsätze in der Branche, auf der anderen Seite brachen aber auch existierende Musikmärkte weg und bisherige Distributionsmechanismen konnten nicht mehr verwendet werden.³³

Bei der CD wurden erstmals die analogen Daten in digitale Daten umgewandelt. Das hatte zur Folge, dass Konsumenten durch einen CD-Brenner einfach Musik vervielfältigen konnten. Ein paar Jahre später waren die meisten Haushalte schon mit einem CD- oder DVD Brenner ausgerüstet. Durch die CD wurde der Grundstein für die Digitalisierung der Musikbranche gelegt und für den Missbrauch von geistigem Eigentum. Eine vollständige Digitalisierung wurde mit dem Format MP3 erreicht. Durch dieses Format ist das Musikstück losgelöst von einem physischen Träger wie einer CD oder Kasette. Bei der Umwandlung in eine MP3 Datei wird das Musikstück auf ein zwölftel der ursprünglichen Größe komprimiert. Die MP3 Datei kann dann im Internet durch Down-

³¹ Vgl. Thurner, Roland (2010): Musikvermarktung im Internet: Über Geschäftsmodelle der Musikindustrie im digitalen Zeitalter und Möglichkeiten für Musikpromotion im Internet, Saarbrücken, S. 6-11.

³² Vgl. Gersch, Martin, Avaria, Corina (2007): Die Branchentransformation der Musikindustrie. Eine (co-) evolutische Analyse unter Berücksichtigung des Einflusses einzelner Geschäftssysteme, Bochum, S. 15.

³³ Kouretsidis, Takis (2007): Der digitale Musikmarkt. Erfolgsfaktoren für Onlinemusikdienste, Hamburg, S. 3.

loads oder durch Streaming übertragen werden. Das MP3 Format hat sich als Standard für digitale Musikformate etabliert.³⁴

3.2.3 Die Wertschöpfungsprozesse in der Musikindustrie – Ein Vergleich zweier Prozesse

Im Laufe der Jahre hat sich der Wertschöpfungsprozess in der Musikindustrie immer weiter entwickelt und verändert. Vor der Digitalisierung und der damit verbundenen Verbreitung von Musik im Internet sah die Wertschöpfungskette wie folgt aus: Im ersten Schritt wurde ein Musikstück vom Komponisten oder Songwriter geschrieben. Anschließend wurde es in einem Tonstudio als Mastertape erstellt. Nach dem Produktionsteil verhandelten die Manager des Künstlers mit dem Musikverlag und schlossen einen Verlagsvertrag ab. Der Musikverlag war ab dem Punkt zuständig für die Vervielfältigung und den Vertrieb der Musik des Künstlers. Weitere Aufgaben des Musikverlags waren das Einfordern der Nutzungsgebühren die weltweit durch die Verwendung des Titels anfielen. Dafür kontrollierten Sie die Abrechnungen der Verwertungsgesellschaften. Der nächste Schritt im Wertschöpfungsprozess war das Marketing und der Vertrieb der Musik. Von der Produktion gingen die Tonträger auf direktem Wege zum Tonträgerhandel, zum Club oder zum Versandhandelsgeschäft. Teilweise wurden die Musikstücke auch direkt über E-Commerce an den Konsumenten geliefert.³⁵

³⁴ Vgl. Gersch, Martin, Avaria, Corina (2007): Die Branchentransformation der Musikindustrie. Eine (co-) evolutorische Analyse unter Berücksichtigung des Einflusses einzelner Geschäftssysteme, Bochum, S. 14 / 15.

³⁵ Vgl. Finkenauer, Ivo (2010): Perspektiven der Musikindustrie. Handlungsempfehlungen für das Marketing von Musikprodukten, Saarbrücken, S. 19 / 20 / 21.

Die traditionelle Wertschöpfungskette in der Musikindustrie

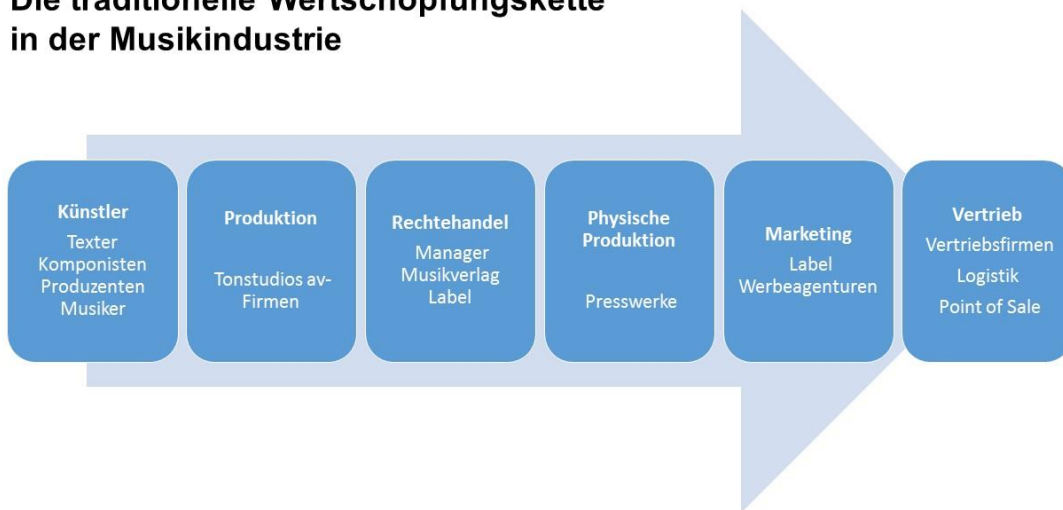


Abbildung 1: Quelle: eigene Darstellung, aus: Ivo Finkenauer (2010): *Perspektiven der Musikindustrie. Handlungsempfehlungen für das Marketing von Musikprodukten.*, S. 19.

Nach der Digitalisierung sah die Wertschöpfungskette wie folgt aus: Wie bei der traditionellen Wertschöpfungskette von musikalischen Inhalten, beginnt es auch bei der Wertschöpfungskette des digitalen Musikvertriebs mit der Schaffung eines musikalischen Inhalts, dem Verlag und Rechtehandel und der Produktion eines Mastertapes. Im Gegensatz zum traditionellen Musikvertrieb können beim digitalen Musikvertrieb die Akteure direkt den Endkonsumenten ansprechen und somit weitere Wertschöpfungsstufen überspringen. Die Kosten für den Vertrieb und das Marketing sind sehr gering, da das Internet genug Möglichkeiten bietet um das Produkt zu verkaufen (virtuelle Verpackungen, Transaktionsabwicklung). Voraussetzung ist, dass der Künstler einen bestimmten Bekanntheitsgrad hat. Die Plattenfirmen können sich ebenfalls direkt an den Endkonsumenten wenden. Für die Plattenfirmen entfällt die Produktion und die Vervielfältigung der Musik. Da Plattenfirmen meistens nicht über die nötige technische Infrastruktur verfügen um einen digitalen Vertrieb zu betreiben, beauftragen Sie externe Dienstleister zum Aufbau der technischen Infrastruktur. Da die Plattenfirmen auch nicht immer über genügend Erfahrung im Umgang mit den Endkonsumenten verfügen, treten auch oftmals Online Händler und Portale ein. Diese Portale und Händler stellen die Musik für den Endkonsumenten zum Streamen oder Downloaden bereit. Letztlich verlieren die Plattenfirmen die Kontrolle über eine Vielzahl der Wertschöpfungsstufen.

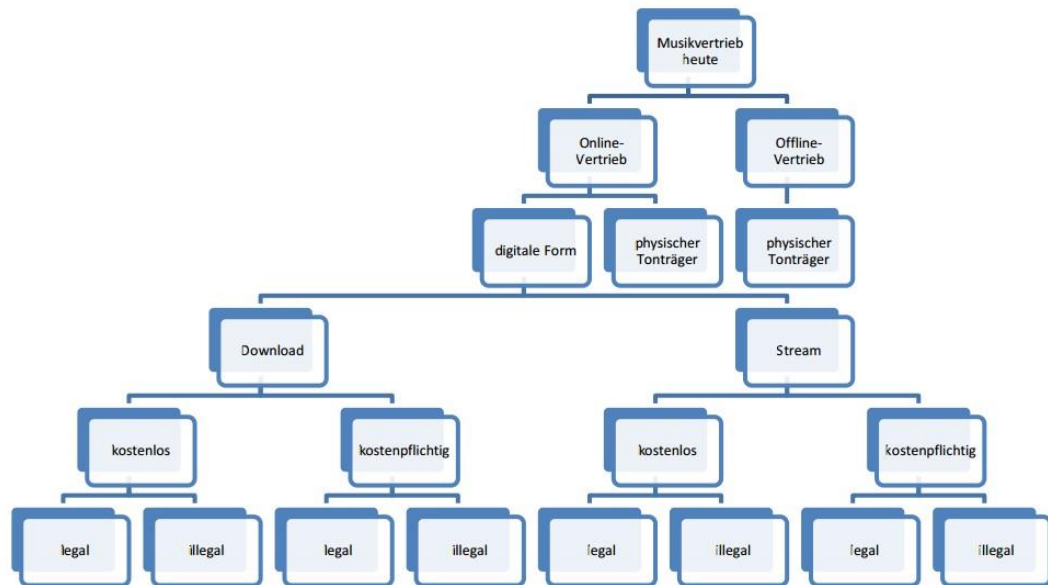


Abbildung 2: Musikvertrieb heute, Potentiale von On-Demand-Musik-Streaming, http://publikationen2.hs-neu-ulm.de/HNU_WP31_Kimpflinger_ODM-Streaming.pdf, S. 9.

Die Wertschöpfungskette beim digitalen Musikvertrieb

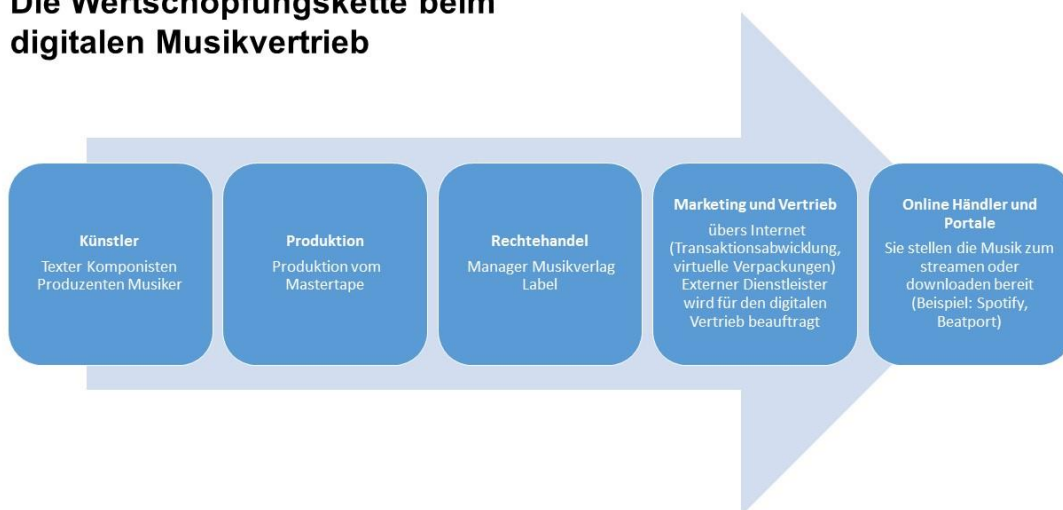


Abbildung 3: Quelle: eigene Darstellung, aus: Martin Gersch u.a. (2007): Die Branchentransformation der Musikindustrie. Eine (co-) evolutorische Analyse unter Berücksichtigung des Einflusses einzelner Geschäftssysteme, S. 21.

Wenn sich der Künstler dazu entscheidet, direkt an die Konsumenten zu treten, bleibt der Plattenfirma nur noch die Vermarktungsaufgabe.³⁶

3.2.4 Streaming-Dienste: Eine Betrachtung am Beispiel von Spotify

Beim Musikstreaming wird nicht wie beim Download der Besitz einer Datei durch „herunterladen“ angeboten, sondern lediglich der Zugriff auf diese Datei gewährt. Der Vorteil dabei ist, dass man keinen großen Speicherplatz auf seinem Desktop oder Smartphone braucht um die Musik wiederzugeben. Es erfolgt lediglich eine Zwischenspeicherung im Arbeitsspeicher auf dem Endgerät. Diese Zwischenspeicherung stellt sicher, dass bei kurzzeitigen Ausfall der Internetverbindung, der Stream trotzdem noch ohne Unterbrechung weiterläuft. Das Abspielen von einem Stream ist direkt über den Browser möglich, über Software-Programme und über Apps, die beispielsweise auf dem mobilen Endgerät installiert sind.³⁷

Allein wegen der hohen Beliebtheit von Musik und den damit verbundenen Emotionen bieten Musik-Streaming-Plattformen eine hohe Attraktivität für die verschiedensten Zielgruppen. Durch die hohe Anzahl verschiedener Zielgruppen, sind die Streaming-Plattformen auch sehr interessant für werbetreibende Unternehmen. Sie können durch eine zielgruppengerechte Ansprache die passende Werbung schalten. Im Folgenden werden einige Möglichkeiten zur Werbung am Beispiel vom teilweise werbefinanzierten Musik-Streaming-Anbieter „Spotify“ erläutert. Bei Spotify werden Video- und Audio-Spots zwischen den normalen Songs abgespielt. Sie können von dem Musikhörer weder übersprungen noch ausgeblendet werden. Dadurch wird eine hohe Aufmerksamkeit generiert. Weiterhin sind die Werbepausen relativ kurz, sodass nicht die Gefahr besteht, dass der Nutzer aufgrund der zu langen Werbung das Programm wechselt. Ein Argument das Spotify für seine Werbekunden bereithält ist, dass sich Nutzer der kostenlosen Basisversion „Spotify Free“ der Tatsache bewusst seien, dass Sie es der Werbung zu verdanken haben, dass sie Spotify Free kostenfrei verwenden können. Ein wichtiger Faktor für die Preisbildung ist die Attraktivität der Seite auf der die Werbung geschaltet werden soll. Die Attraktivität setzt sich aus den Besucherzahlen auf

³⁶ Vgl. Gersch, Martin, Avaria, Corina (2007): Die Branchentransformation der Musikindustrie. Eine (co-)evolutionäre Analyse unter Berücksichtigung des Einflusses einzelner Geschäftssysteme, Bochum, S. 21 / 22.

³⁷ Vgl. Kimpflinger, Andrea, u.a.: Potentiale von On-Demand-Musik-Streaming, Neu-Ulm, S. 9 / 10.

der Seite, ihrer Verweildauer, ihrer Aufmerksamkeit, und inwiefern die Besucher der Seite, der avisierten Zielgruppe des werbetreibenden Unternehmens entsprechen, zusammen.³⁸

Streaming-Dienste haben die Musikindustrie verändert und ihr auch einen neuen Aufschwung gegeben. Im Jahr 2013 war erstmals ein Wachstum der Musikbranche in Europa seit 12 Jahren verzeichnet wurden. Die Umsätze in den USA stiegen um 0,8 Prozent und die in Lateinamerika sogar um 1,4 Prozent. Einen wesentlichen Beitrag zu dieser Umsatzentwicklung im Jahr 2013 leisteten die Abo- und werbefinanzierten Streaming-Dienste „Deezer“ und „Spotify“. Im Bereich der Abo-Streaming-Dienste stieg der Umsatz im Jahr 2013 um 51 Prozent. Damit überschritten die Streaming-Dienste erstmals die Eine-Milliarde-Dollar-Grenze. Die deutsche Musikindustrie erwirtschaftete im Jahr 2013 ein Plus von 1,2 Prozent.³⁹

Im Jahr 2010 hat das Marktforschungsinstitut Nielsen eine weltweite Studie zum Musikstreaming-Verhalten durchgeführt. Die wichtigste Erkenntnis die aus dieser Studie gezogen werden konnte war, dass Musik heutzutage auf allen möglichen Kanälen gehört wird. Am beliebtesten war zu diesem Zeitpunkt das Beziehen von Videos von der Video-Plattform „YouTube“, gefolgt von kostenlosen Downloads aus dem Internet (Filesharing und Filehosting) und dem Audio-Musikstreaming, dass vom Computer und mobilen Endgeräten betrieben wurde.⁴⁰

³⁸ Vgl. Kimpflinger, Andrea, u.a.: Potentiale von On-Demand-Musik-Streaming, Neu-Ulm, S. 11.

³⁹ Vgl. Musikmarkt (Hrsg.) (2014): Musikindustrie 2013: Streaming-Dienste beflügeln weltweiten Musikmarkt, ohne Erscheinungsort, ohne Seite.

⁴⁰ Vgl. Musikwirtschaftsforschung (Hrsg.) (2013): is streaming the next big thing? – was die konsumentinnen wollen, ohne Erscheinungsort, ohne Seite.

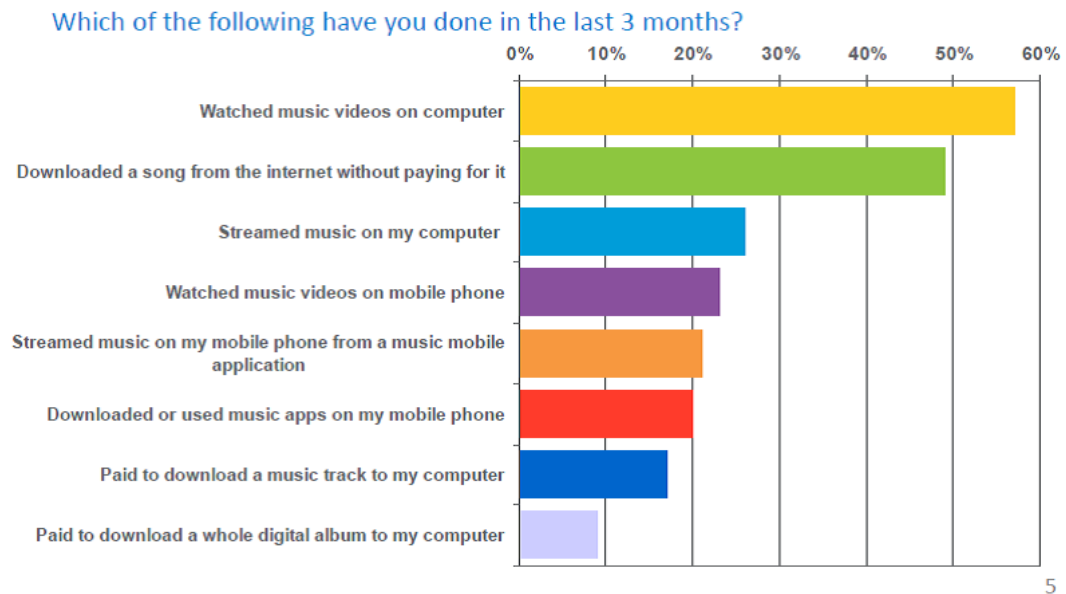


Abbildung 4: Digitales Musikkonsumverhalten, Nielsen & MIDEM, 2011, [The hyper-fragmented world of music: Marketing considerations and revenue maximization](#), S. 5.

Spotify hat bis jetzt insgesamt circa 3 Milliarden US Dollar an Abgaben an Künstler gezahlt, die ihre Musik bei Spotify veröffentlichen. In der unten gezeigten Abbildung sieht man, dass die physisch hergestellten Tonträger seit dem Jahr 1997 stark rückläufig sind. Ein Grund dafür ist der hohe Anstieg der Downloads von Musik aus dem Internet. Dieser Wandel hat nichts mit einer Minderung des Musik-Konsumverhalten von Hörern zutun, es ist vielmehr die Veränderung des Musikhörerverhaltens hin zu Formaten, die kein signifikantes Einkommen für Künstler vorsehen.⁴¹

Diese Erkenntnisse bestätigen, dass der klassische Tonträger wie beispielweise die CD, längst nicht mehr aktuell ist. Der Wandel geht hin zum Musikstreaming und das hat große Auswirkungen auf die Musikindustrie. Streaming Angebote wie „Spotify Free“ sorgen dafür, dass das geistige Eigentum besser geschützt wird. Den Rezipienten wird eine legale Alternative zum illegalen Download geboten.

⁴¹ Vgl. Spotify Artists (Hrsg.) (o.J.): How is Spotify contributing to the music business?, ohne Erscheinungsort, ohne Seite.

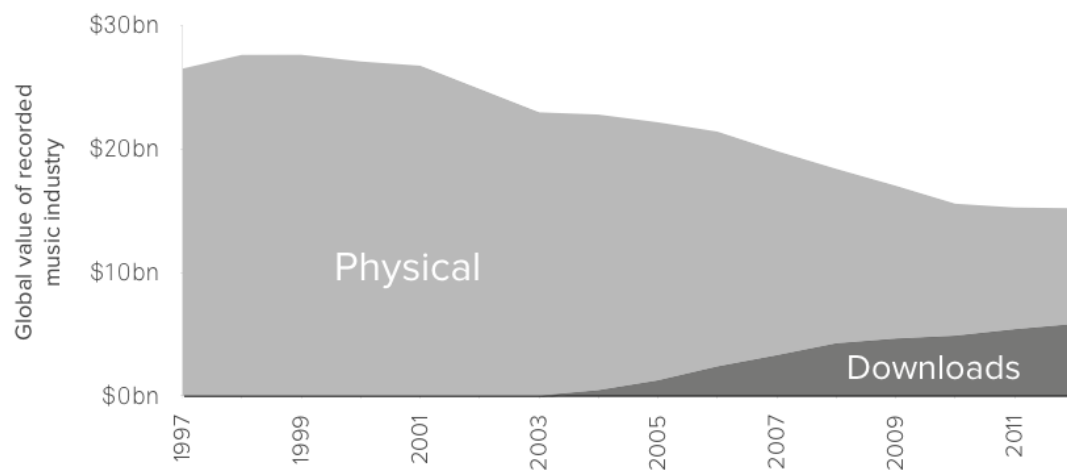


Abbildung 5: The decline in the recorded music industry over the last 15 years, Spotify Artists, <http://www.spotifyartists.com/spotify-explained/>, o. S.

4 Das Problem des Missbrauchs und des mangelnden Schutzes von urheberrechtlich geschützten Werken in den Bereichen Musik- und Buchindustrie

4.1 Die Möglichkeiten des Missbrauchs von geistigem Eigentum im Internet im Bereich Musik

4.1.1 Die Vervielfältigung als Möglichkeit der illegalen Weitergabe von geistig geschützten Inhalten

Der Begriff „Vervielfältigen“ meint die Herstellung einer größeren Zahl von gleichen Exemplaren auf Basis einer Vorlage. Die verkörperte Vorlage muss wahrnehmbar sein. Im Urheberrecht stellt der oftmals genutzte Begriff „Aufnahme“ die Vervielfältigung dar. Eine „digitale Vervielfältigung“ liegt vor, wenn das zu kopierende Objekt, also die Vorlage, als Binärcode auf einem Datenträger gespeichert ist.

4.1.2 Illegales Filesharing und Internet Tauschbörsen als Möglichkeiten für die illegale Weitergabe geistigen Eigentums

Die Entwicklung des MP3 Formats und die damit verbundene Umwandlung von großen Dateien in kleine transportable Dateien, hat mit dazu beigetragen das Internettauschbörsen seit Ende des letzten Jahrhunderts populär geworden sind. Durch Tauschbörsen haben Nutzer des Internets die Möglichkeit digitale Musikdateien in sekunden-schnelle auf Ihren Computer herunterzuladen. Die erste bekannte Internet Tauschbörse war „Napster“. Sie erreichte 1,49 Millionen Zugriffe, das heißt heruntergeladene Lieder täglich. Das Herunterladen von Musik, illegal oder legal, hatte einen starken Einfluss auf die ganze Musikindustrie. Durch die Möglichkeit sich einzelne Musikstücke aus dem Internet herunterladen zu können, sank der Verkauf von CDs drastisch. Diesen Rückgang sah man im Jahr 2001, als erstmals mehr kopiert als verkauft wurde. Im März 2001 wurde die Musiktaschbörse Napster von der Musikindustrie verklagt. Nach

der erfolgreichen Klage der Musikindustrie wurde ein Filter eingerichtet, der das Herunterladen von urheberrechtlich geschützten Musikinhalten bei Napster verhinderte.⁴² Allerdings dauerte es nicht lange, bis andere Tauschbörsen hervorkamen und nach demselben System wie Napster arbeiten. Die meisten Tauschbörsen gingen nach demselben Prinzip vor: Der Austausch der Dateien (Musik oder Video) erfolgt zwischen den jeweiligen Nutzern. Dieses System nennt man „P2P-System“ (peer-to-peer). Die Nutzer geben hierbei einen Teil Ihrer Festplatte frei, so dass andere Nutzer die freigegebenen Dateien direkt von der Festplatte herunterladen können.⁴³

4.1.3 Fortschreitende Beschleunigung von Internetverbindungen

Ein wichtiger Grund für den rasanten Anstieg der illegalen Downloads und vielen Vervielfältigungen im Internet sind die rasant gestiegenen Geschwindigkeiten von Internetverbindungen. Anfangs gab es analoge Modemverbindungen die eine Übertragungsrate von 24 Kbit/s erreichten. Kurz vor dem 20. Jahrhundert wurde das sogenannte „ISDN“ eingeführt. Durch das ISDN wurden Übertragungsraten von bis zu 64 Kbit/s möglich. Kurze Zeit später folgte der Durchbruch des Internets durch die DSL (Digital Subscriber Line). Sie ermöglichte eine 48-fach stärkere Übertragungsrate. Durch die DSL legten sich immer mehr Haushalte einen Internetanschluss zu. Man konnte nun ganze Musikalben innerhalb von einer Minute aus dem Internet herunterladen, für einen Film benötigte man lediglich 25 Minuten. Eine weitere interessante Entwicklung für urheberrechtlich geschützte Inhalte war die Einführung von sogenannten „Flatrates“. Eine Flatrate ist weder zeitlich noch mengenmäßig begrenzt. Der Nutzer konnte dadurch nonstop „Online“ sein und große Mengen an Musik- und Videodateien aus dem Internet herunterladen.⁴⁴ Die heutzutage schnellsten Internetverbindungen verfügen über Übertragungsraten von bis zu 200 MBit/s.

⁴² Theiselmann, Rüdiger (2004): Geistiges Eigentum in der Informationsgesellschaft. Rechtliche Implikationen der digitalen Werkverwertung, München, S. 48 / 49.

⁴³ Theiselmann, Rüdiger (2004): Geistiges Eigentum in der Informationsgesellschaft. Rechtliche Implikationen der digitalen Werkverwertung, München, S. 49.

⁴⁴ Vgl. Meschede, Thomas (2007): Der Schutz digitaler Musik- und Filmwerke vor privater Vervielfältigung nach den zwei Gesetzen zur Regelung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft, Frankfurt am Main, S. 21 / 22.

4.2 Die Möglichkeiten des Missbrauchs von geistigem Eigentum im Internet im Bereich Buchindustrie

4.2.1 Illegale Downloads von E-Books

Illegale Downloads von E-Books bereiten Verlagen und Autoren zunehmend große Sorgen. Inzwischen bedienen sich immer mehr Deutsche des papierlosen E-Books. Im letzten Jahr wurden rund 1,2 Millionen E-Reader in Deutschland verkauft. Im Internet gibt es allerdings auch Hehler-Webseiten, auf denen man E-Books illegal und ohne dafür zu bezahlen downloaden kann. Die beiden beliebtesten Hehler-Webseiten werden pro Monat rund 1,4 bzw. 1,6 Millionen mal aufgerufen. Zu diesen Zahlen kommen auch noch Downloadportale, die nicht auf den Buchmarkt spezialisiert sind, sondern zusätzlich auch noch Musik, Filme und Software zum illegalen Download anbieten. Auf diesen Downloadportalen sind fast 2,6 Millionen registrierte Nutzer. Hier sind sowohl Bestseller von berühmten Autoren wie „Dan Brown“ oder „Paulo Coelho“ vertreten als auch die Shortlist des deutschen Buchpreises.

Ein Experte schätzt, dass sich zurzeit ungefähr 60.000 Titel von Büchern im Netz befinden. Monatlich kämen 1.000 bis 2.500 Titel hinzu. Von der illegalen Piraterie sei am stärksten die leichte Unterhaltung betroffen, also Fantasy- Unterhaltungs- und Erotikromane. Außerdem sind Fachbücher von der illegalen Piraterie stark betroffen. Es ist nicht klar, wieviel Umsatz die großen Verlage wie Lübbe und Fischer einbüßen müssen durch die illegalen Downloads von E-Books. Experten sind sich allerdings einig, dass es notwendig ist ein Geschäftsmodell zu schützen.

In einem Zeitungsartikel der Frankfurter Allgemeinen Zeitung wird von drei Methoden gesprochen um die illegale Weitergabe von geistigem Eigentum besser zu schützen: Abmahnungen, das kontinuierliche Entfernen von Downloadlinks und die Verbesserung der legalen Angebote. Um ein Abmahnverfahren einleiten zu können, muss der Uploader klar zu identifizieren sein. Inzwischen können Uploader nicht mehr identifiziert werden, da sie den Inhalt über sogenannte „One-Click-Hoster“ hochladen und das zunächst nicht strafbar ist. Erst die Veröffentlichung eines Download Links zu dem bereitgestellten Inhalt ist eine Straftat. Durch den hohen Anonymisierungsgrad sind die Uploader von illegalen Dateien meistens nicht zu ermitteln.

Als letzter Punkt bleibt die Verbesserung der legalen Angebote von Buchverlagen. Ein Ansatz an dem sich Verlage orientieren, ist das Geschäftsmodell von Musikstreaming Plattformen. Durch die sogenannten „Flatrate Modelle“ bezahlt man einen geringen Festpreis um dann unbegrenzt Bücher ausleihen zu können. Allerdings sollen die Abo-

Modelle die tatsächlichen Bücherverkäufe nicht ersetzen. Beispielsweise sollen Neuerscheinungen in den Abo-Modellen nicht beinhaltet sein.

Die Verlage sehen diese Entwicklung der illegalen Weitergabe von E-Books als eher weniger kritisch an. Der Umsatz der Buchindustrie blieb bisher stabil, trotz Faktoren wie beispielsweise dem „Filesharing“. Anders als bei der Musikindustrie, ist in der Buchindustrie ein starker Umsatzeinbruch ausgeblieben. Die Digitalisierung bleibt eine Herausforderung für Verlage und Buchhandel, hat die beiden Bereiche aber noch nicht eingenommen.⁴⁵

⁴⁵ Vgl. Frankfurter Allgemeine Zeitung (Hrsg.) (2015): E-Book-Piraterie: Es kommt die Generation kostenlos, ohne Erscheinungsort, ohne Seite.

5 Was sind die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Schutz des geistigen Eigentums in der Buchindustrie?

5.1 Der Vertrieb von Büchern durch Self-Publisher und Verlage

5.1.1 Der gestiegene Vertrieb über Self-Publishing als Folge der Digitalisierung

Die Möglichkeiten der Publikation sind stark gewachsen. „Self-Publishing“ kann man als eine Folge der Digitalisierung betrachten. Aus diesem Grund werden in diesem Kapitel die beiden Bereiche „Self-Publishing“ und „Verlage“ miteinander verglichen. Nichttraditionelle Veröffentlichungen haben auch damals schon im Jahre 2011 um 169 Prozent zugenommen. Durch die unzähligen Plattformen zum Selbstverlegen ist es für jedermann möglich geworden ein Buch zu schreiben. Es ist deutlich günstiger und einfacher als der klassische Buchdruck. Es gibt keine Entschuldigungen mehr, ein Werk nicht zu verbreiten. Man hat keine tintenschwarzen Finger und keinen kaputten Rücken mehr.⁴⁶

Bei einer Studie der Webseite „Die Self-Publisher-Bibel“ wurden verschiedene Fakten zum Thema Self-Publishing herausgefunden. Bei dieser Umfrage wurden insgesamt 906 Teilnehmer befragt. Im Folgenden werden einige der Befragungsergebnisse dargestellt:

In der ersten Befragung wurde nach den monatlichen Einnahmen gefragt, die die Autoren durch das Self-Publishing generieren.

⁴⁶ Vgl. Dworkin, Craig, u.a. (2013): Do or DIY: Zur Geschichte und Praxis des Selbstverlags, Köln, S. 23.

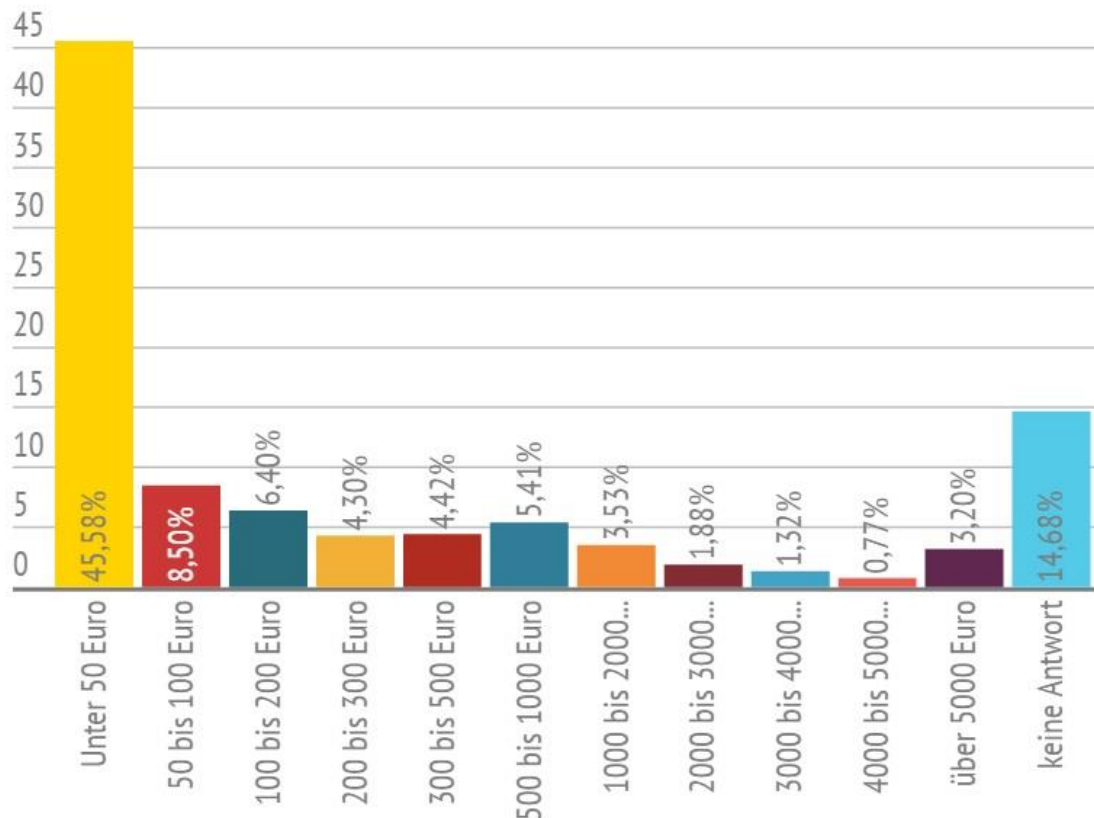


Abbildung 6: Wie hoch sind Ihre monatlichen Einnahmen aus selbst veröffentlichten Büchern?, Self-Publisher-Bibel, <http://www.selfpublisherbibel.de/die-ergebnisse-der-grossen-selfpublishing-studie-2015-teil-1/>, o.S.

Wie man aus der Grafik entnehmen kann, beläuft sich der Großteil der Einnahmen (45,58%) auf unter 50 Euro im Monat. Rund 6,4% generieren einen monatlichen Umsatz von 100 bis 200 Euro. Einen monatlichen Umsatz von 500 bis 1.000 Euro machen 5,41% der Befragten. Über 14% machten keine Angaben zu Ihren monatlichen Einnahmen durch das Self-Publishing. Lediglich 3,20% können mit dem Vertrieb von Büchern über das Self-Publishing-Modell viel Umsatz generieren. Sie verdienen laut der Statistik über 5.000 Euro pro Monat. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass fast die Hälfte der Befragten keine nennenswerten Beträge mit dem Schreiben und veröffentlichen verdient. Der Durchschnittsverdienst von allen Befragten im Jahr 2015 bei 512 Euro.⁴⁷ Aus dieser Grafik lässt sich sicher erkennen, dass Self-Publishing zwar eine gute Erfindung ist und sie vielen Autoren die Möglichkeit gibt ein Buch zu veröffentlichen,

⁴⁷ Vgl. Self-Publisher-Bibel (Hrsg.) (2015): Wie hoch sind Ihre monatlichen Einnahmen aus selbst veröffentlichten Büchern?, ohne Erscheinungsort, ohne Seite.

jedoch nur für wirklich gute und etablierte Autoren ein rentables Geschäftsmodell sein kann.⁴⁸

5.1.2 Der klassische Vertrieb über einen Verlag

In diesem Punkt soll nun herausgefunden, inwiefern das Phänomen „Self-Publishing“ den Umsatz der klassischen Verlage beeinflusst.

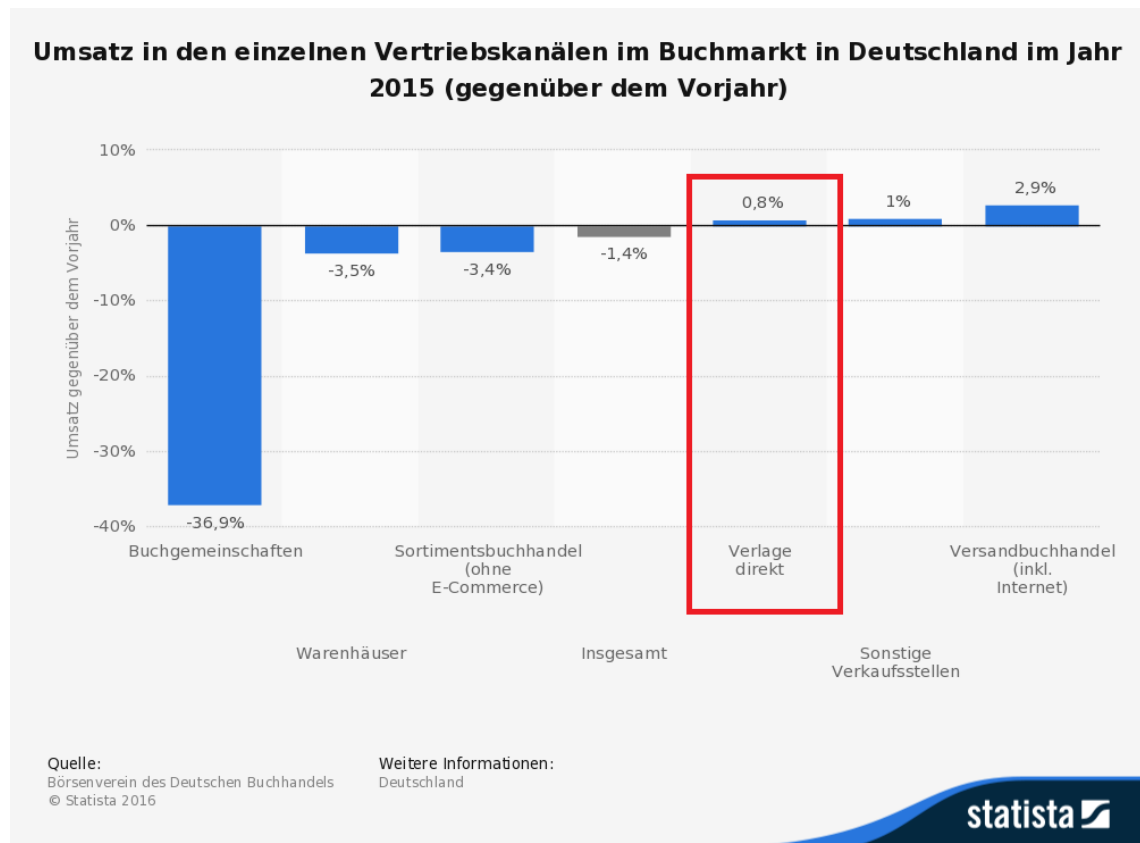


Abbildung 7: Umsatz in den einzelnen Vertriebskanälen im Buchmarkt in Deutschland im Jahr 2015 (gegenüber dem Vorjahr), Statista, <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/6313/umfrage/umsatzanteile-der-vertriebskanale-im-buchmarkt/>, o.S.

In der beigefügten Grafik von Statista ist zu erkennen, dass die Buchindustrie im Allgemeinen im Jahr 2015 einen Umsatzeinbruch hinnehmen musste. Jedoch ist es ein bei weitem nicht so starker Einbruch, wie ihn die Musikindustrie erleben musste als sie von der Digitalisierung getroffen wurde. Im Vergleich zur Musikindustrie, ist dieser Um-

⁴⁸ Vgl. Self-Publisher-Bibel (Hrsg.) (2015): Wie hoch sind Ihre monatlichen Einnahmen aus selbst veröffentlichten Büchern?, ohne Erscheinungsart, ohne Seite.

satzeinbruch in der Buchindustrie nicht gravierend. Man kann aus der Grafik erkennen, dass es im Vertrieb über die Verlage sogar eine Umsatzsteigerung von 0,8 % gab.

5.1.3 Vergleich der beiden Vertriebswege

Das Phänomen des „Self-Publishings“ gab es auch schon vor der Digitalisierung. Jedoch ist durch die Digitalisierung und durch Internetgrößen wie Amazon, dass Self-Publishing erst richtig beliebt geworden. Es ist eine Folge der Digitalisierung. In dem Vergleich von den vorigen beiden Kapiteln wurden normale Verlage mit dem Self-Publishing Phänomen verglichen. Der Zweck dieses Vergleichs war die Untersuchung des Buchverkaufs von Verlagen und Self-Publishern.

Ein Fazit das man zu dem Verhältnis von Self-Publishern zu Verlagen ziehen kann, ist: Wenn man ein erfolgreicher Autor ist und über Self-Publishing-Plattformen seine Bücher vertreibt, dann kann man dort mehr Geld verdienen als wenn man für einen Verlag arbeitet. Allerdings gibt es nur wenige Autoren die über Self-Publishing-Plattformen so erfolgreich werden, dass sie von diesem verdienten Geld leben können. Die meisten Verlage haben keine Umsatzeinbrüche aufgrund der Self-Publishing-Plattformen.

5.2 Leitfadengestütztes Experteninterview

5.2.1 Ziele

Im Rahmen dieser Bachelorarbeit wurde ein leitfadengestütztes Experteninterview durchgeführt zur Fokussierung und Beantwortung der Forschungsfrage.

Das Ziel dieses Experteninterviews ist die Erlangung von Informationen über die heutige Experteneinschätzung wie sich die Folgen der Digitalisierung auf den Schutz geistigen Eigentums auf den Buchmarkt auswirken. Weiterhin sollte herausgefunden werden, wie der Experte die aktuelle Lage bei den Verlagen einschätzt und beurteilt.

Die erste Frage zielt auf Informationen zu dem befragten Experten ab. Mit der Darstellung der Position des Befragten im Unternehmen und der Rolle des Unternehmens soll verdeutlicht werden, dass der Experte sich bereits mit einem Teil der Fragen in der Praxis beschäftigt hat und dass seine Aussagen auf langjährigen Erfahrungen im Bereich Verlagswesen basieren.

Die zweite Frage beschäftigt sich mit der Entwicklung der Verlagsbranche in den letzten 10 Jahren. Diese Frage beschäftigt sich mit dem Einfluss der Digitalisierung auf die

Verlagsbranche. Inwieweit die Digitalisierung auch die Strukturen im Verlag des befragten Experten verändert haben.

Die dritte Frage erörtert die Vertriebswege des Verlags. In der Hypothese wird die Behauptung aufgestellt, dass große Verlage sich immer mehr auf die Online-Vertriebswege konzentrieren, um ihre Produkte zu verkaufen. Die Antwort auf diese Frage könnte einen Ausblick darauf geben, inwiefern die Vertriebswege schon von der Digitalisierung beeinflusst wurden.

Die vierte Frage geht auf die ökonomische Entwicklung von Verlagen ein. Die Antwort des Experten soll Aufschluss darüber geben, ob die Digitalisierung auch ökonomische Auswirkungen auf die Buchindustrie hat.

In Frage fünf wird dem Aspekt nachgegangen, inwieweit sich das Leseverhalten von Rezipienten durch neue technische Möglichkeiten wie beispielsweise das E-Book verändert hat. Diese Frage bezieht sich ebenfalls auf die Forschungsfrage, es wird untersucht, ob das veränderte Leseverhalten eine Auswirkung der Digitalisierung ist.

Die sechste Frage ist eine thematische Anschlussfrage. Mit diesem Aspekt soll herausgefunden werden, ob das veränderte Leseverhalten einen Einfluss auf die Buchgestaltung hat. Genauer gesagt soll herausgefunden werden, ob aufgrund des veränderten Leseverhaltens beispielsweise die Cover der Bücher aufwendiger geworden sind, oder ob sich an der inhaltlichen Struktur etwas verändert hat.

Die siebte Frage bezieht sich auf das Verhältnis zwischen Autoren und Verlagen. Es soll anhand der Expertenmeinung untersucht werden, ob die Digitalisierung Auswirkungen auf die Kommunikation zwischen Verlagen und Autoren hat.

Die anschließende Frage acht beschäftigt sich mit dem Thema Self-Publishing. Durch immer einfachere und profitablere Möglichkeiten veröffentlichen viele Autoren ihre Bücher über Plattformen im Internet. Die Beantwortung der Fragestellung durch den Experten soll Aufschluss darüber geben, ob Verlage diesen Trend der Self-Publisher bemerken und ob sie Maßnahmen ergreifen um Autoren zurückzugewinnen.

Die neunte Frage befasst sich mit der Fragestellung wie man das geistige Eigentum in Zukunft in der Buchindustrie besser schützen kann.

5.2.2 Fakten des Unternehmens Helmut Lingen Verlag GmbH

Das Verlagshaus Lingen steht schon seit Jahrzehnten für serviceorientierte Konzepte, um Lesern den Zugang zu Medien und Büchern so einfach und günstig wie möglich zu

machen. Helmut Lingen war einer der Pioniere und Erfinder von neuen Vertriebswegen der in den 1950er Jahren den Leserservice der Tageszeitungen begründete und zu einem neuen Markt ausbaute. Es waren Kochbücher, Ratgeber, Kinderbücher, Nachschlagewerke, Kalender, Schallplatten und Kartenwerke die von dem Zeitpunkt an auch in den Geschäftsstellen von Tageszeitungen zu einem besonders günstigen Preis zu finden waren.

Das Team des heutigen Lingen Verlags hat seinen Sitz in Köln-Deutz. Es hat seine Programmpolitik ganz unter das Motto „Immer neue Seiten“ gestellt. Themen, Inhalte, Designs, Illustrationen, Ausstattungen und Formate – alles wird neu entwickelt um den Lesern gute Unterhaltung, originelle Produktideen und immer aktuelle Informationen bieten zu können.

Der Erfolg gibt dem Verlag Recht, es dürfte kaum einen Haushalt geben, indem das berühmte Kinderbuch „Leo Lausemaus“ nicht im Regal steht.⁴⁹

Der Helmut Lingen Verlag wird geleitet von dem Gesellschafter und Geschäftsführer Werner Schulte.

5.2.3 Vorgehensweise

Beide Interviews wurden mithilfe eines Diktiergeräts aufgezeichnet und später schriftlich festgehalten. Die beiden Interviews fanden persönlich statt um das Vertrauen der befragten Personen aufzubauen und um möglichst viele Informationen zu erhalten.

Die Fragen des Experteninterviews wurden in Anlehnung an die Forschungsfrage erstellt. Die Fragen folgen einem Leitfaden, der darauf ausgelegt ist eine Meinungsäußerung zu dem Thema der Forschungsfrage zu bekommen.

Für diese Befragung kam ausschließlich ein leitfadengestütztes Interview in Frage um einen fokussierten Eindruck von den Experten bezüglich der Digitalisierung in der Buchindustrie zu bekommen.

⁴⁹ Vgl. Helmut Lingen Verlag GmbH (Hrsg.) (o.J.): Herzlich Willkommen, ohne Erscheinungsort, ohne Seite.

Erfahrung des Interviewpartners in der Branche, flexible Anwendung der Ergebnisse und eine große Subjektivität waren Gründe für ein Experteninterview.

Durch das Experteninterview können die Folgen und die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Buchindustrie anhand eines praktischen Beispiels sehr gut untersucht werden. Die befragte Person repräsentiert den Bereich Verlagswesen und kann mit fachlichen Aussagen zu einer Untersuchung des Sachverhalts beitragen.

Bei den insgesamt neun Fragen des Interviews handelt es sich ausschließlich um offene Fragen, sodass der Befragte unvoreingenommen und individuell antworten kann.

Bevor die Ergebnisse dargestellt und analysiert werden ist zu verdeutlichen, dass es sich aufgrund der vorher theoriegeleiteten Forschung um ein problemzentriertes Interview handelt. Es wird auf Grundlage des sprachlichen Zugangs zum Befragten die Fragestellung eruiert.

5.2.4 Hypothesen

Die im Experteninterview gestellten Fragen, wurden auf der Grundlage von aufgestellten Hypothesen gestellt.

Die Hypothesen im Überblick:

- 1.) Das Verlagsgeschäft hat sich durch die Digitalisierung stark verändert.
- 2.) Verlage konzentrieren sich immer mehr auf den Online-Vertrieb ihrer Produkte.
- 3.) Eine Auswirkung der Digitalisierung, durch technologische Entwicklungen wie mobile Endgeräte und E-Books ist der Umsatzrückgang bei Verlagen.
- 4.) Das Leseverhalten hat sich durch das Aufkommen von technischen Neuheiten, wie das Internet, verändert.
- 5.) Das veränderte Leseverhalten hat Auswirkungen auf die zukünftige Gestaltung von Büchern.
- 6.) Die Digitalisierung hat den Umgang zwischen Autoren und Verlagen verändert.
- 7.) Self-Publishing wird immer beliebter bei Autoren. Große Plattformen wie Amazon bieten inzwischen Plattformen für Autoren um Ihre Werke als Self-Publisher zu veröffentlichen. Verlage müssen Maßnahmen ergreifen, um Autoren daran zu hindern Self-Publisher zu werden.

- 8.) Wie kann man das geistige Eigentum in der Buchindustrie in Zukunft besser schützen?

5.2.5 Darstellung der Ergebnisse

Im Rahmen der Darstellung der Ergebnisse soll aufgezeigt werden, wie der befragte Experte auf die Fragen geantwortet hat. Es folgt eine Darstellung des Gesprächsverlaufs in Form einer Zusammenfassung der wichtigsten Aussagen. Die Antworten wurden während dem Gespräch in Köln mit einem Diktiergerät aufgezeichnet:

Frage 1: *Beginnen wir mit ein paar Informationen zu ihrer Person.*

Werner Schulte:

Herr Schulte ist geschäftsführender Gesellschafter des Helmut Lingen Verlags in Köln.

Frage 2: *Wie hat sich das Verlagsgeschäft in den letzten 10 Jahren verändert?*

Werner Schulte:

Herr Schulte beschreibt die Entwicklung des Verlagsgeschäfts in zwei Richtungen gehend. Einmal sei durch die Digitalisierung manchen Verlagen ganze Geschäftsbereiche weggebrochen. Beispielsweise sei der ganze Bereich der „Straßentopographie“ für Verlage nicht mehr existent, da Navigationssysteme nun die ganze Arbeit übernehmen würden. Kunden bräuchten jetzt keine Landkarten und Atlanten mehr, da Sie sich alle Informationen über das Navigationsgerät beschaffen könnten. Ein weiterer riesiger Bereich seien die „Nachschlagewerke und Lexikographie“ wie beispielsweise der Duden, Brockhaus und andere. Sie seien abgelöst worden durch Online-Lexika die man im Internet einfach abrufen kann. Nicht nur die Nachschlagewerke wie der Brockhaus sind für das Verlagsgeschäft weggebrochen, auch andere wichtige Nachschlagewerke für Medizin oder Familiengeschichte sind nicht mehr existent.

Zum anderen würden auch Buchreihen wie „Was und Was“ sehr stark einbrechen. Im späteren Alter würden die Kinder eher auf iPads und Smartphones abwandern.

Frage 3: *Welche Vertriebswege benutzen Sie für Ihre Bücher?*

Werner Schulte:

Herr Schulte nennt drei Vertriebswege die sein Verlag für den Verkauf von Büchern nutzt. Der erste Vertriebsweg gehe über die beiden großen Discounter Ketten Aldi

Nord und Aldi Süd. Der zweite Vertriebsweg sei über das Tageszeitungsgeschäft. Tageszeitungsabonnenten würden die Bücher zu einem vergünstigten Preis bekommen. Der dritte Vertriebsweg sei das Sortiment, also über den klassischen Buchhandel und über das Internet. Sie würden die Bücher über Amazon und über den eigenen Online-Shop verkaufen. Er betont, dass sie im eigenen Online-Shop auch Bücher ohne eine ISBN-Nummer verkaufen könnten.

Frage 4: Können Sie einen ökonomischen Rückgang verzeichnen, seitdem es mobile Endgeräte und E-Books auf dem Büchermarkt gibt?

Werner Schulte:

Herr Schulte sagte, dass er diese Frage nicht pauschal beantworten könne. Die Verlagsbranche sei am kämpfen, wobei es ihr nicht wirklich schlecht ginge. E-Books würden in seinem Verlag nicht so eine große Rolle spielen, da die von seinem Verlag produzierten Bücher haptisch bei den Lesern sehr gut funktionieren würden.

Herr Schulte sieht einen ökonomischen Rückgang, aus dem Grund, dass bestimmte Produktgruppen wie schon betont, für das Verlagsgeschäft nicht mehr existieren würden. Für seinen Verlag sei das Geschäft mit E-Books nicht so relevant, aus dem einfachen Grund, weil Belletristik, also im weitesten Sinne Romane und Unterhaltungskultur für sie nie so eine dominante Rolle gespielt hätten. Sein Verlag beschäftige sich mehr mit Ratgebern und Kinderbüchern. Für andere Verlage seien E-Books eine viel größere Herausforderung, aber würden auch viel größere Chancen bieten. Der Übertrag von einem reinen gedruckten Text hin zu der Darstellung auf einem Screen sei viel einfacher, als wenn man ein Kinderbuch oder einen Ratgeber als E-Book verkaufen würde. Der nächste Schritt, bei einem Kinderbuch oder einem Roman wäre, dass man eine App entwickelt, anstatt eines E-Books.

Frage 5: Hat sich durch die Digitalisierung das Leseverhalten der Rezipienten geändert?

Werner Schulte:

Herr Schulte meint, dass die Digitalisierung das Leseverhalten verändert hat. Er könne es aber nicht anhand von Zahlen verifizieren. Er könne höchstens seine Beobachtung aufzeigen, dass viel kursiver gelesen wird, dass einfach nur „drüber geflogen“ werde und dass die Verweildauer auf Webseiten viel kürzer sei. Diese Veränderung des Leseverhaltens sei aber für Verlage nicht von Nachteil. Herr Schulte betont, wenn ein Kunde etwas nachschlagen möchte, und Informationen „schwarz auf weiß“ haben möchte, dann greift er oftmals noch zum klassischen Buch. Hier habe das Buch noch ein wirkli-

ches „Standing“. Weiterhin erklärt Herr Schulte, dass Studien ergeben haben, dass gelernte Inhalte bei Studenten weitaus schlechter im Gedächtnis bleiben, wenn sie die Inhalte auf einem Bildschirm lesen, da das Gehirn beim Lesen von Gedrucktem andere Konzentrationsmechanismen aktiviert. Er sagt, dass es ein viel langsames, aufmerksames und anders verarbeitendes Lesen ist, wenn man ein reales Buch also etwas Gedrucktes in der Hand hält und liest. Im weiteren Dialog nannte Werner Schulte ein Beispiel für das veränderte Leseverhalten der Kunden. Im Jahre 2009 als Michael Jackson verstarb wurden viele Bücher in hoher Auflage gedruckt und von vielen Verlagen erfolgreich verkauft. Es gab einen großen Bedarf, da es noch viele Fans aus den 80er Jahren gab die das sehr interessierte. Inzwischen werden solche wichtigen Ereignisse nicht mal mehr über Tage in den Medien gehalten, da wäre es ja grotesk ein Buch zu dem Ereignis zu veröffentlichen. Ein Buch zu einem großen Ereignis, wie dem Tod einer berühmten Person zu veröffentlichen, bringe keinen Erfolg mehr, da die Nachrichten nicht mehr lange aktuell seien, erklärt Herr Schulte.

Frage 6: Hat diese Veränderung auch Auswirkungen auf die Buchgestaltung?

Werner Schulte:

Werner Schulte sagte, dass man viel mehr darauf achten müsste, das das „haptische“ noch intensiver herausgearbeitet wird. Er nannte als Beispiel das Medienhaus „DuMont“, hier würde sehr viel Geld in die Gestaltung der Cover gesteckt werden. Auch in seinem eigenen Verlag sei eine haptische Hervorhebung der Bücher unverzichtbar. Die Veränderung der Buchgestaltung sei in jedem Fall eine Entwicklung die schon vor der Digitalisierung begonnen hat. Magazine wie der „Focus“ hätten schon in den späten 80er Jahren dafür gesorgt, dass Bücher aufgelockert wurden. Die Bücher wurden lebendiger und mit aufwendigen Layouts gestaltet. Viele Verlage haben das adaptiert und man hat sich dazu entschieden, „hin zum Bild zu gehen“, frei nach dem Motto „ein Bild sagt mehr als tausend Worte“.

Frage 7: Wie ist die Kommunikation zwischen den Verlagen und Autoren? Hat die Digitalisierung den Umgang zwischen Verlagen und Autoren verändert?

Werner Schulte:

Werner Schulte antwortete, dass es im Kern immer noch um zwischenmenschliche Beziehungen ginge und dass Verlage und Autoren noch miteinander arbeiten können. Die Kommunikation würde durch die Digitalisierung vereinfacht. Zu dem Umgang zwischen Autoren und Verlagen konnte Werner Schulte ebenfalls noch sagen, dass immer mehr Verlage Blogger dabei unterstützen würden Bücher zu veröffentlichen. Der Grund sei, dass Blogger schon eine Online-Community aufgebaut haben und dadurch auch

potenzielle Kunden für einen Verlag bestehen. Dies sei auch eine Art Machtverschiebung von dem Unternehmen hin zum Endkunden. Der Endkunde bestimme welches Produkt auf den Markt gebracht wird. Das läge an der großen Transparenz und dem einfachen Informationszugang durch das Internet. Der Kunde könne viel kritischer sein und viel mehr einfordern. Er wüsste viel genauer was er will. Dadurch gäbe es Self-Publisher und Blogger die Bücher veröffentlichen, meint Schulte.

Frage 8: Was müssen Verlage demnächst leisten um Autoren daran zu hindern Self-Publisher zu werden?

Werner Schulte:

Herr Schulte antwortete auf diese Frage, dass er nicht glaube, dass die Verlage von den Autoren abhängig sind. Es sei vielmehr so, dass es viele Self-Publisher-Plattformen gebe, die von Verlagen aufgebaut würden. Die Verlage würden dann anhand des Feedbacks der Kunden sehen welcher Autor am beliebtesten ist und könnten Diesen dann in ihr Programm aufnehmen. Herr Schulte erläutert weiterhin, dass die Branche voll von Geschichten sei die von Self-Publishern veröffentlicht werden. Es sei weiterhin auch immer möglich, dass es eine „Perle“ unter diesen Geschichten gebe, so wie man es bei den berühmten Romanen „Das Parfum“ und „Harry Potter“ gesehen hat. Wenn ein Autor allerdings keinen Verlag im Rücken hat, der die nötigen Marketing-tools und die Möglichkeiten dazu besitzt ein Buch zu vermarkten, dann sei es sehr selten, dass das Buch erfolgreich wird.

Frage 9: Wie kann man das geistige Eigentum in der Buchindustrie in Zukunft besser schützen?

Werner Schulte:

Herr Schulte antwortete auf diese Frage, dass es bereits einen Kopierschutz für E-Books gebe. Für erfahrene Internetprofis sei dieser Kopierschutz wahrscheinlich leicht zu umgehen, für Normalverbraucher sei es aber eine Hürde. Darauf folgend erklärt er, dass es auf der nicht-wirtschaftlichen Ebene auch etwas Positives sein kann, wenn das geistige Eigentum, also der offene Zugang zu Texten und Geschichten im Internet verbreitet wird. Zum Schluss sagt Werner Schulte, dass das Internet nicht mehr wegzudenken sei, und dass sich dadurch die Geschäftsmodelle ändern würden. Die Geschichten würden bleiben, man müsse sie nur anders vermarkten. Dadurch könne man dann verhindern, dass das geistige Eigentum illegal verwendet wird.

5.2.6 Analyse und Interpretation

Aufbauend auf die Darstellung der Ergebnisse des Interviews, erfolgt im Anschluss die Analyse und die Interpretation der Antworten die die Interviewten gegeben haben.

Das Ziel der Analyse und der Interpretation ist die Beantwortung der Forschungsfrage. Die Antworten sollen im Folgenden ausgewertet und gedeutet werden.

Mit der ersten Frage wurden generelle Angaben zur Person als Geschäftsführer geklärt und der Stellenwert des interviewten Experten herausgestellt. Es wurde gezeigt, dass der befragte Experte schon eine langjährige Erfahrung im Verlagswesen hat und dadurch einen guten Einblick in die Veränderung des Verlagsgeschäfts geben kann.

Mit der zweiten Frage wurde die Veränderung des Verlagsgeschäfts in den letzten zehn Jahren untersucht. Herr Schulte verdeutlichte, dass durch die Digitalisierung einige Themenbereiche für die Verlage weggebrochen sind. Aus dieser Erkenntnis kann man schlussfolgern, dass eine Auswirkung der Digitalisierung im Buchverlagsbereich der Wegfall von wichtigen Themenbereichen wie „Straßentopographie“ und „Lexikographie“ ist.

Die dritte Frage befasst sich mit den Vertriebswegen die der Verlag benutzt. Herr Schulte erläuterte, dass es insgesamt drei Vertriebswege gebe. Einer der drei Vertriebswege, sei das Internet. Über die Plattform Amazon und den hauseigenen Online-Shop würde ein Großteil der Bücher verkauft. Anhand dieser Aussage lässt sich erkennen, dass das Internet eine immer größere Rolle im Vertriebssystem eines Verlags spielt. Die anderen beiden Vertriebswege seien zum einen der Vertrieb über große Discounter und zum anderen das Tageszeitungsgeschäft. Die Tageszeitungsabonnenten würden die Bücher zu einem vergünstigten Preis bekommen.

Mit der vierten Frage sollte herausgefunden werden, ob Verlage einen ökonomischen Rückgang verzeichnen können, seitdem es mobile Endgeräte und E-Books auf dem Büchermarkt gibt. Herr Schulte bezieht sich bei dieser Frage auf die weggefallenen Bereiche wie die „Straßentopographie“ und die allgemeine „Lexikographie“. Hieraus lässt sich schließen, dass durch die Digitalisierung verschiedene Bereiche im Verlagswesen weggebrochen sind und dass manche Verlage dadurch einen ökonomischen Rückgang hinnehmen mussten.

Durch die fünfte Frage soll herausgefunden werden ob sich das Leseverhalten von Rezipienten durch die Digitalisierung verändert hat. Herr Schulte sagt, dass er eine Veränderung des Leseverhaltens erkennen könne. Leser würden viel „kursiver“ lesen und Texte nur „überfliegen“. Weiterhin sei die Verweildauer auf Webseiten deutlich

kürzer. Durch die untersuchte Fragestellung lässt sich eine weitere Auswirkung der Digitalisierung erkennen. Es wird viel „kursiver“ gelesen, dass bedeutet, dass Texte nur noch „überflogen“ werden und dementsprechend die Verweildauer auf Webseiten deutlich kürzer ist.

Mit der darauffolgenden sechsten Frage sollte untersucht werden, ob die Veränderung des Leseverhaltens auch Auswirkungen auf die Buchgestaltung hat. Herr Schulte sagt, dass eine aufwendige Buchgestaltung beispielsweise des Cover auch schon vor der Digitalisierung eine wichtige Rolle gespielt hat. Aus dem Grund kann man diese Entwicklung nicht als Auswirkung der Digitalisierung betrachten.

Mit der siebten Frage sollte die Auswirkung der Digitalisierung auf den Umgang beziehungsweise die Kommunikation zwischen Autoren und Verlagen untersucht werden. Herr Schulte antwortete, dass durch die Digitalisierung die Kommunikation vereinfacht würde. Außerdem würden auch Blogger von den Verlagen unterstützt, um Bücher zu veröffentlichen. Der Grund der Unterstützung sei, dass Blogger bereits eine Online-Community haben, von der die Verlage profitieren können. Eine weitere Auswirkung der Digitalisierung auf die Buchindustrie ist demnach, dass Verlage immer öfters mit Bloggern zusammenarbeiten, um von deren Online-Community zu profitieren.

Die achte Frage sollte Aufschluss darüber geben, ob durch die Digitalisierung das Thema „Self-Publishing“ zur Gefahr für Verlage wird und ob Verlage die Autoren daran hindern müssen Self-Publisher zu werden. Herr Schulte betonte, dass die Verlage nicht von den Autoren abhängig sind. Viele Verlage würden Self-Publishing- Plattformen gründen um dann zu schauen welcher Autor am beliebtesten ist und diesen dann in ihr Programm aufnehmen. Herr Schulte betonte weiterhin, dass es sehr schwer sei, für einen Self-Publishing Autor erfolgreich zu werden, wenn er keinen Verlag hat der ihn mit den nötigen Marketingtools versorgt. Die Auswirkungen von Self-Publishing und der damit verbundenen Digitalisierung sind demnach, dass Verlage eigene Self-Publishing-Plattformen gründen, um beliebte Self-Publishing Autoren in ihr Programm aufzunehmen. Eine Gefahr stelle das Self-Publishing für die Verlage nicht dar, da ein einzelner Autor ohne die Marketingtools eines Verlags nur wenige Chancen hätte, sein Buch erfolgreich auf den Markt zu bringen.

Mit der neunten und letzten Frage sollte herausgefunden werden, wie man das geistige Eigentum in Zukunft besser schützen kann. Die Antwort des Experten auf diese Frage sollte Aufschluss darüber geben, ob überhaupt Möglichkeiten zurzeit bestehen um das geistige Eigentum zu schützen und wenn nicht, welche Möglichkeiten von den Verlagen in Betracht gezogen werden. Herr Schulte antwortete auf diese Frage, dass es Möglichkeiten zum Schutz des geistigen Eigentums gebe, wie beispielsweise der Kopierschutz bei E-Books. Er betonte gleichzeitig, dass es auf der nicht-wirtschaftlichen

Ebene etwas Positives sein könnte, wenn Texte und Geschichten über das Internet verbreitet würden. Weiterhin sei es wichtig, auf die sich verändernden Geschäftsmodelle zu reagieren. Die Verlage müssten lernen, das geistige Eigentum anders zu vermarkten, sodass es nicht illegal genutzt wird.

5.2.7 Verifikation und Falsifikation der Hypothesen

- 1.) Das Verlagsgeschäft hat sich durch die Digitalisierung stark verändert.
Verifiziert
- 2.) Verlage konzentrieren sich immer mehr auf den Online-Vertrieb ihrer Produkte.
Verifiziert
- 3.) Eine Auswirkung der Digitalisierung durch technologische Entwicklungen wie mobile Endgeräte und E-Books ist der Umsatzrückgang bei Verlagen.
Verifiziert
- 4.) Das Leseverhalten hat sich durch das Aufkommen von technischen Neuheiten, wie beispielsweise dem Internet, verändert.
Verifiziert
- 5.) Das veränderte Leseverhalten hat Auswirkungen auf die zukünftige Gestaltung von Büchern.
Verifiziert
- 6.) Die Digitalisierung hat den Umgang zwischen Autoren und Verlagen verändert.
Falsifiziert
- 7.) Self-Publishing wird immer beliebter bei Autoren. Große Internetanbieter wie Amazon bieten inzwischen Plattformen für Autoren um ihre Werke als Self-Publisher zu veröffentlichen. Verlage müssen Maßnahmen ergreifen, um Autoren daran zu hindern, Self-Publisher zu werden.
Verifiziert
- 8.) Das geistige Eigentum in der Buchindustrie ist nicht gut geschützt.
Falsifiziert

5.2.8 Zusammenfassung der Ergebnisse

Die Forschungsfrage dieser Arbeit befasst sich mit der Untersuchung von Auswirkungen, die durch die Digitalisierung in der Buch- und Musikindustrie entstehen. Um diese Auswirkungen zu untersuchen, hat sich der Autor dazu entschlossen, ein Experteninterview mit einem Verleger eines Kölner Kinderbuchverlags durchzuführen. Durch die Expertise und die langjährige Erfahrung als Geschäftsführer eines Verlags, kann man die Aussagen des Befragten als fundiert bewerten.

Durch das Experteninterview konnten folgende Auswirkungen der Digitalisierung ermittelt werden:

- Durch die Digitalisierung sind für die Verlage wichtige Themenbereiche weggebrochen. Dazu zählen beispielsweise die Straßentopographie und die Lexikographie. Durch Navigationssysteme und Online-Nachschlagewerke gibt es für die Verlage keinen Grund mehr, haptische Bücher zu diesen Themen zu produzieren.
- Das Internet spielt eine immer größere und wichtigere Rolle im Vertriebssystem bei Verlagen. Für den Verkauf von Büchern werden oftmals hauseigene Online-Shops verwendet oder die Bücher werden über Amazon verkauft. Diese Erkenntnis lässt sich mit Literatur belegen: Dadurch das mobile Endgeräte auf den Markt gekommen sind, hat sich ein großer Privatkundenmarkt für digitalisierte Inhalte im Internet entwickelt. Das Vorhandensein von einer neuen Gerätekategorie – den mobilen Endgeräten – hat zu einem enormen Zuwachs der Vertriebskanäle geführt. Anbieter wie Apple, Amazon und Google versuchen das zu nutzen. Verlage sind inzwischen vielmehr in der Rolle eines Zulieferers und nicht mehr in der Rolle des starken Elements am Markt.⁵⁰
- Durch den oben angesprochenen Wegfall verschiedener Themenbereiche im Verlagswesen, mussten einige Verlage einen starken ökonomischen Rückgang hinnehmen. Diese Erkenntnis lässt sich belegen: Im Jahr 2014 ist der Umsatz der Buchindustrie um 2,2 % gefallen. Erwartet werden weitere Umsatzrückgänge, die auch durch E-Books verschuldet sein sollen.⁵¹

⁵⁰ Vgl. Maier, Matthias, Simon-Ritz, Frank (2011): Alles digital? E-Books in Studium und Forschung, Weimar, S. 33.

⁵¹ Vgl. Börsenverein des deutschen Buchhandels (Hrsg.): Der Buchmarkt in Deutschland: Zahlen & Fakten, ohne Erscheinungsort, ohne Seite.

- Rezipienten lesen in Zeiten des Internets viel kursiver, dass bedeutet, dass sie die Texte nur noch überfliegen. Dementsprechend ist die Verweildauer auf den Webseiten deutlich kürzer. Diese Erkenntnis lässt sich mit Literatur belegen: Das Leseverhalten der Deutschen hat sich durch technologische Innovationen stark verändert. Dadurch bekommen die Rezipienten viel mehr Möglichkeiten um Inhalte zu konsumieren. Außerdem hat sich auch das Lesemotiv der Deutschen verändert. Während bis vor einigen Jahren noch gelesen wurde aus Bedürfnis nach Entspannung, wird heute hauptsächlich gelesen aus Bedürfnis nach Information.⁵²
- Verlage arbeiten immer öfter mit Bloggern zusammen. Der Grund für die Zusammenarbeit ist, dass die Verlage an der Online-Community der Blogger interessiert sind und daran interessiert sind, dass die Blogger gute Rezensionen über ein getestetes Buch schreiben. Diese Erkenntnis lässt sich bestätigen, bestimmte Bücher erhalten durch die Rezensionen von Bloggern eine hohe Netzpräsenz und können ausschlaggebend für den Erfolg eines Buches sein. Die Arbeit zwischen Verlagen und Bloggern ist ein Arbeitsverhältnis auf Augenhöhe. Der Blogger hat Lust eine Rezension zu schreiben und sich dafür ernsthaft mit dem Buch auseinanderzusetzen. Der Verlag freut sich Rezensionen von begeisterten Vollblut Lesern zu erhalten.⁵³
- Verlage gründen eigene Self-Publishing-Plattformen, um verschiedene Autoren zu testen und dann die beliebtesten Autoren in ihr Programm aufzunehmen. Eine Gefahr stellt das Self-Publishing für die Verlage nicht dar, da ein einzelner Autor ohne die Marketingtools eines Verlags nur wenig Chancen hat, sein Buch erfolgreich auf den Markt zu bringen.
- Durch Möglichkeiten, wie den Kopierschutz in E-Books wird das geistige Eigentum in der Buchindustrie versucht zu schützen. Durch das Internet verändern sich Geschäftsmodelle, man muss nun lernen das geistige Eigentum anders zu vermarkten, sodass es nicht illegal genutzt wird.

⁵² Vgl. Rapp, Katherina (2008): E-Books 2008. Von den Anfängen bis zum Durchbruch. Eine verlagswirtschaftliche Studie, Leipzig, S. 50.

⁵³ Vgl. Wolkenweiss (Hrsg.) (2016): Interview: Die Zusammenarbeit zwischen Verlag und Blogger – Teil 2 mit Hilke Schenck vom Carlsen Verlag, ohne Erscheinungsort, ohne Seite.

6 Was sind die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Schutz des geistigen Eigentums in der Musikindustrie?

6.1 Vorgehensweise

In diesem Kapitel wird ein Vergleich zwischen den beiden erfolgreichsten Künstlern des 19. und 20. Jahrhunderts gezogen, um die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Schutz des geistigen Eigentums zu untersuchen. Bei der Untersuchung handelt es sich um die beiden Künstler Michael Jackson und Adele.

6.2 Vorstellung der Künstlerin Adele

6.2.1 Leben

Adele Laurie Blue Adkins MBE, besser bekannt als Adele, wurde am 5. Mai 1988 in London geboren. Sie wuchs als Einzelkind bei Ihrer Mutter Penny in dem Ort Tottenham auf. Der Vater verließ die Mutter als Adele drei Jahre alt war. Adele ist eine britische Pop-, Soul-, Jazz- und R'n'B Sängerin. Außerdem ist sie Songwriterin, sowie Oscar-, Golden Globe- und zehnfache Grammy-Gewinnerin. Im Jahr 2011 gelang ihr mit ihrem Album „21“ der internationale Durchbruch. Sie verkaufte bis zu diesem Zeitpunkt knapp 50 Millionen Tonträger.⁵⁴

6.2.2 Karriere

Im Jahr 2006 schloss sie ihre Ausbildung an der „Londoner Brit School for Performing Arts“ (ein staatliches Institut für darstellende Künstler) ab. Anschließend tourte sie mit verschiedenen Musikern durch Großbritannien. Seit Ihrer Anmeldung am 31. Dezember 2004 bei der Seite „MySpace“ (ein soziales Netzwerk wo Künstler Ihre Musik veröf-

⁵⁴ Eventim (Hrsg.) (o.J.): Biografie Adele, ohne Erscheinungsort, ohne Seite.

fentlichen können), erhielt sie einen stetigen Zuwachs an Popularität. Es folgten Fernsehauftritte in Großbritannien, unter anderem bei der Show „Friday Night“ mit Jonathan Ross bei BBC One. Als sie im Herbst 2007 ihre erste Single „Hometown Glory“ veröffentlichte, wurde ein größeres Publikum auf sie aufmerksam. Im Januar 2008 folgte die nächste Single „Chasing Pavements“. Die Single konnte sich drei Wochen auf Platz zwei der britischen Charts halten. Kurz darauf wurde die Single in weiteren europäischen Ländern veröffentlicht und schaffte es auch dort in die Charts. In Norwegen schaffte es die Single sogar auf Platz 1 der Charts. Adeles Songs handeln fast immer von Gefühlen, Enttäuschungen und Gedanken aus ihrer letzten Beziehung. Für Ihre erfolgreiche Single „Chasing Pavements“ erhielt Adele im Jahre 2009 die Grammys als „Beste neue Künstlerin“ und „Beste weibliche Gesangsdarbietung – Pop“. Weiterhin war sie für den Titel „Song des Jahres“ und „Single des Jahres“ nominiert. Mit Ihrer im Jahr 2011 veröffentlichten Single „Rolling in the Deep“ und dem Album „21“, erreichte Adele in derselben Woche der Veröffentlichung, Platz 1 der deutschen Charts. Außerdem wurde das Musikvideo im selben Jahr mit den MTV Video Music Awards ausgezeichnet. Weiterhin waren in diesem Jahr zwei ihrer Singles und ihr Album in den Top 5 der Charts von Großbritannien vertreten. So ein Erfolg gelang zuletzt nur der berühmten Musikgruppe „Beatles“. Adele hielt sich als erste Solokünstlerin mit Ihrem Album „21“, 24 Wochen an der Spitze der Albumcharts. Im November 2011 musste Adele in Boston an den Stimmbändern operiert werden. Durch ein Polyp entstanden Blutungen die mikrochirurgisch behandelt werden mussten. In dem gleichen Monat brachte sie ihre erste Live-Auftritt DVD „Live at the Royal Albert Hall“ raus.

Ebenfalls im November 2011 stellte sich heraus, dass Ihr Album „21“ das am meisten heruntergeladene Album in Deutschland war. Außerdem ist das Album „21“ das am meisten verkaufte Album des 21. Jahrhunderts in Großbritannien. In den USA wurde ihr Album über 10 Millionen Mal verkauft.

Im Jahre 2012 produzierte Adele den Titelsong für den 23. James Bond Film „Skyfall“. Der Song erschien genau 50 Jahre nach der ersten Aufführung von „James Bond jagt Dr. No“, dem ersten Bond der Bond-Ära. Das Lied, dass den ebenfalls gleichen Namen „Skyfall“ trägt stieg in Deutschland und Großbritannien bis auf Platz eins der Single Charts.⁵⁵

⁵⁵ Eventim (Hrsg.) (o.J.): Biografie Adele, ohne Erscheinungsort, ohne Seite.

6.3 Vorstellung des Künstlers Michael Jackson

6.3.1 Leben

Michael Jackson wurde am 29. August 1958 geboren. Er wuchs in der Stahlindustriestadt Gary auf. Der Vater arbeitete als Kranführer im Stahlwerk und spielte abends zusätzlich in einer Band um die Familie finanziell durchzubringen.

6.3.2 Karriere

In den 60er Jahren entdeckte der Vater das musikalische Talent seiner Söhne. Die Söhne mussten nach Schulschluss mit den Proben beginnen und spielten oftmals in Bars und Nachtclubs und gingen am nächsten Morgen wieder in die Schule. Wer etwas falsch machte, erhielt Schläge von dem strengen Vater. Diese strenge Erziehung führte zum Erfolg, im Jahr 1968 brachten sie Ihre erste Single namens „Big Boy“ raus. Ein Jahr später bekamen die Jacksons einen Plattenvertrag bei Motown Records. Mit 11 Jahren hatte Michael Jackson seinen ersten Nummer 1 Hit „I want you back“ veröffentlicht. Daraufhin folgten Fernsehauftritte und weitere Alben. Im Jahre 1982 bringt Michael Jackson das Album „Thriller“ raus. Es wird mit 53 Millionen verkauften Exemplaren das meistverkaufte Album aller Zeiten. Es bleibt 122 Wochen in den Charts und 37 Wochen davon auf Platz 1.⁵⁶ Das zu dem Thriller Album produzierte Musikvideo gilt bis heute als aufwändigstes und teuerstes Musikvideo. Nach dem großen Erfolg veröffentlichte er weitere Soloalben in den Jahren 1987, 1991, 1995 und 2001. Bekannte Musikstücke waren unter anderem „Billie Jean“ und der „Earth Song“. Am 25. Juni 2009, kurz vor Beginn seiner nächsten Tournee verstarb Michael Jackson im Alter von 50 Jahren.⁵⁷

⁵⁶ JACKSON.CH (Hrsg.) (o.J.): Biografie Michael Jackson, ohne Erscheinungsort, ohne Seite.

⁵⁷ Springbock.de (Hrsg.) (o.J.): Michael Jackson Biographie: Leben, Musik, Erfolge, Hits, ohne Erscheinungsort, ohne Seite.

6.4 Tabellarischer Vergleich der Künstler Adele und Michael Jackson

Bezeichnung	Michael Jackson	Adele
Anzahl verkaufter Tonträger weltweit	Ca. 750 Mio.	Ca. 50 Mio.
Anzahl der Single-Chartplatzierungen	310	79
Anzahl der Album-Chartplatzierungen	132	23
Anzahl der „Platz 1“ Platzierungen in den Charts	17	6

Abbildung 8: Quelle: eigene Darstellung, aus: Chartsurfer.de (Hrsg.) (o.J.): Michael Jackson in den Single Charts, ohne Erscheinungsort, ohne Seite. Chartsurfer.de (Hrsg.) (o.J.): Adele in den Single Charts, ohne Erscheinungsort, ohne Seite. JACKSON.CH (Hrsg.) (o.J.): Biographie Michael Jackson, ohne Erscheinungsort, ohne Seite. Eventim (Hrsg.) (o.J.): Biografie Adele, ohne Erscheinungsort, ohne Seite.

An dieser Grafik kann man erkennen, dass Michael Jackson eine deutlich höhere Anzahl an klassischen Tonträgern verkauft hat als Adele. Anhand der Tabelle kann man sehen, dass man vor der Digitalisierung noch mehr Tonträger verkaufen konnte als nach der Digitalisierung. Den Verkaufsrückgang von klassischen Tonträgern kann man auch an den Verkaufszahlen von Adele sehen.

6.5 Vergleich des Werdegangs der Künstler Michael Jackson und Adele

6.5.1 Wie wurde Adele entdeckt?

Adele wurde über die Social-Media-Plattform „MySpace“ bekannt, nachdem sie ihre Ausbildung an einer Schule für darstellende Künstler abschloss. Sie konnte Aufmerk-

samkeit über MySpace erreichen und ihre Musik erfolgreich verbreiten. Sie konnte durch soziale Medien Erfolg in der Musikindustrie erlangen.

6.5.2 Wie wurde Michael Jackson entdeckt?

Michael Jackson trat in vielen Nachtclubs, Bars und Festivals auf und nahm an Schulaufführungen teil, wo er oft den musikalischen Part übernahm. Anschließend gewann er einige Talent-Wettbewerbe und konnte bei einem kleinen Plattenlabel seine erste Single „Big Boy“ veröffentlichen. Diese Veröffentlichung war die Grundsteinlegung für seine Musikkarriere.⁵⁸ Michael Jackson hingegen wurde durch eine Plattenfirma bekannt.

6.5.3 Wo sind die Unterschiede?

Michael Jackson ist ohne das Internet bekannt geworden. Er hatte viele Live Auftritte und konnte durch eine hohe Anzahl an CD Verkäufen sehr erfolgreich werden. Die Plattenfirmen spielten eine große Rolle im Werdegang von Michael Jackson. Sie entdeckten ihn und verhalfen ihm zu seinen Erfolgen. Durch die Plattenfirma „Motown Records“ wurde Michael Jackson bekannt.

Adele wurde unter anderem durch das Internet bekannt. Sie hatte einen MySpace Account über den sie ihre Musik veröffentlichte. Die Veröffentlichungen verschafften ihr einen hohen Bekanntheitsgrad. Hinzu kommt, dass sie mit einer Band durch England tourte. In Adeles Werdegang spielten soziale Medien, als auch die Tourneen mit Ihrer Band eine große Rolle.

Aus diesem Vergleich lässt sich schlussfolgern, dass man vor der Digitalisierung dadurch bekannt werden konnte, wenn man einen Plattenvertrag bei einer großen Plattenfirma bekam. Um diesen zu bekommen, bedurfte es vieler Live-Auftritte.

Heutzutage brauchen Künstler oftmals immer noch eine große Plattenfirma um erfolgreich zu werden, allerdings ist es deutlich einfacher für Künstler geworden, auf sich aufmerksam zu machen. Durch das Internet und die sozialen Medien wie YouTube, Instagram, MySpace und Facebook, können Musikvideos von Amateuren schnell ins Internet hochgeladen werden und innerhalb von Sekunden an eine große Community

⁵⁸ JACKSON.CH (Hrsg.) (o.J.): Biografie Michael Jackson, ohne Erscheinungsort, ohne Seite.

verbreitet werden. Dadurch gibt es deutlich mehr Künstler die versuchen über das Internet entdeckt zu werden.

Das geistige Eigentum war in der Zeit wo Michael Jackson erfolgreich war, noch deutlich besser geschützt als in der heutigen Zeit wo Adele erfolgreich ist. Dies kann man an der „Anzahl der verkauften Tonträger“ von Michael Jackson aus dem tabellarischen Vergleich entnehmen. Bei Adele sind es deutlich weniger verkaufte Tonträger. Ein Grund dafür ist sicherlich, dass viele Titel von Adele illegal gedownloadet werden.

6.6 Leitfadengestütztes Experteninterview

6.6.1 Ziele

Im Rahmen der Bachelorarbeit wurde wie im Abschnitt für das Verlagswesen auch für die Musikindustrie ein Experteninterview durchgeführt, um die Forschungsfrage zu fokussieren und zu beantworten.

Das Ziel des Experteninterviews ist die Erlangung von Informationen über die Einschätzung der Folgen der Digitalisierung auf den Schutz geistigen Eigentums in der Musikindustrie. Weiterhin sollte mit der Befragung herausgefunden werden, wie der Experte die aktuelle und zukünftige Lage bei den Plattenfirmen einschätzt und beurteilt.

Die erste Frage des Interviews zielt auf Informationen der befragten Person ab. Mit der Darstellung der Position im Unternehmen und der langjährigen Erfahrung in der Musikindustrie, soll herausgestellt werden, dass die Aussagen des Experten auf langjähriger Expertise im Musikbereich beruhen.

Die zweite Frage beschäftigt sich mit der Entwicklung der Musikindustrie in den letzten 20 Jahren. Diese Frage zielt auf den Einfluss ab, den die Digitalisierung auf die Musikindustrie seit dieser Zeit hat.

Die dritte Frage geht auf die ökonomische Entwicklung in der Musikindustrie ein. Mit der Beantwortung dieser Frage durch den Experten, soll die Erkenntnis darüber gewonnen werden, ob die Digitalisierung auch ökonomische Auswirkungen auf die Musikindustrie hat.

Die vierte Frage beschäftigt sich mit den Vertriebswegen die es in der Musikindustrie gibt. Mit der Beantwortung dieser Frage durch den Experten soll Erkenntnis darüber gewonnen werden, welche Vertriebswege für den Verkauf von Musik verwendet werden.

Mit der fünften Frage soll geklärt werden, ob sich die Vertriebswege durch die Digitalisierung verändert haben. Das Ziel dieser Frage ist es, eine weitere Auswirkung der Digitalisierung herauszustellen.

Durch die sechste Frage soll geklärt werden, ob geistiges Eigentum von Schöpfern in der heutigen Zeit noch gut geschützt ist.

Mit der Frage acht soll herausgefunden werden, ob Plattenfirmen eine Lösung haben, wie sie geistiges Eigentum von Schöpfern in der Zukunft besser schützen können. Mit dieser Frage soll herausgefunden werden, ob generelle Möglichkeiten des Schutzes geistigen Eigentums bestehen.

Die Beantwortung der letzten Frage durch den Experten, soll Aufschluss darüber geben, ob es Alternativen zum Verkauf von klassischen Tonträgern gibt. Durch die Beantwortung dieser Frage soll herausgefunden werden, ob es auch andere Möglichkeiten gibt, musikalische Werke zu verkaufen.

6.6.2 Fakten des Unternehmens Maxi Media GmbH

Die Maxi Media GmbH ist eine Musik- und TV-Produktionsfirma die im Jahre 1987 von Jürgen Hohmann gegründet wurde. Jürgen Hohmann ist TV- und Musikproduzent. Er gilt als der Mitentdecker von „Anastacia“ und brachte Bands wie „4 the Cause“ und „The Moffats“ zum internationalen Durchbruch. Nach seinem Studium arbeitet Jürgen Hohmann bei der EMI. In dieser Zeit arbeitete er mit internationalen Größen wie „Howard Carpendale“, „Deep Purple“, „Queen“ und „Pink Floyd“ zusammen. Nach seiner Zeit bei EMI gründete er die Maxi Media Medienberatungs- und Produktionsgesellschaft mbH. Im TV-Bereich produzierte Maxi Media verschiedene Formate wie das „Chartbreakhotel“, „Pavarotti & Friends“ und „Stars, die Aids-Gala“. Seit dem Jahr 2012 konzentriert sich Maxi Media darauf, Stars mit Jubiläumsgeschichte zu porträtieren. So sind beispielsweise die Sendungen „Thank you for the Music – 40 Jahre ABBA“ und „25 Jahre BAD – Das Phänomen Michael Jackson“ entstanden.

Ebenfalls im Musikbereich ist das Repertoire der Firma Maxi Media breit gefächert. Zu erfolgreichen Künstlern zählen beispielsweise Paul Anka und B3. Weitere Erfolge waren „Die Hit Giganten“ und die vor einigen Jahren veröffentlichte „Wetten, dass....?“ Compilation.

Durch die sehr guten internationalen Kontakte der Maxi Media und Jürgen Hohmann ist es immer wieder gelungen, deutsche Künstler in Europa und den USA zu etablieren. Im Jahre 2010 veröffentlichte Maxi Media in den USA eine afroamerikanische Crosso-

ver Produktion mit dem Namen „Vai DaCapo“. Begleitend zu der Veröffentlichung wurden Konzerte dieser Band in mehr als 70 amerikanischen TV-Stationen ausgestrahlt.⁵⁹

6.6.3 Vorgehensweise

Das Interview wurde mithilfe eines Diktiergeräts aufgezeichnet und später schriftlich festgehalten. Das Interview fand persönlich statt um das Vertrauen der befragten Personen aufzubauen und um möglichst viele Informationen zu erhalten.

Die Fragen des Experteninterviews wurden in Anlehnung an die Forschungsfrage erstellt. Die Fragen folgen einem Leitfaden, der darauf ausgelegt ist eine Meinungsäußerung zu dem Thema der Forschungsfrage zu bekommen.

Für diese Befragung kam ausschließlich ein leitfadengestütztes Interview in Frage, um einen fokussierten Eindruck von den Experten bezüglich der Digitalisierung in der Musikindustrie zu bekommen.

Für die Untersuchung der durch die Digitalisierung entstandenen Auswirkungen, wurde eine qualitative Forschungsmethode in Form eines Experteninterviews gewählt. Erfahrung des Interviewpartners in der Branche, flexible Anwendung der Ergebnisse und eine große Subjektivität waren Gründe für ein Experteninterview.

Durch das Experteninterview können die Folgen und die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Musikindustrie anhand eines praktischen Beispiels sehr gut untersucht werden. Die befragte Person repräsentiert die Musikindustrie und kann mit fachlichen Aussagen zu einer Untersuchung des Sachverhalts beitragen.

Bei den acht Fragen handelt es sich um offene Fragen, sodass der Interviewpartner unvoreingenommen und individuell antworten kann.

Bevor die Ergebnisse dargestellt und analysiert werden, ist auch hier zu verdeutlichen, dass es sich aufgrund der vorher theoriegeleiteten Forschung um ein problemzentriertes Interview handelt. Es wird auf Grundlage des sprachlichen Zugangs zum Befragten die Fragestellung eruiert.

⁵⁹ Maxi Media (Hrsg.) (o.J.): Unternehmen, ohne Erscheinungsort, ohne Seite.

6.6.4 Hypothesen

Die im Experteninterview gestellten Fragen, wurden auf der Grundlage von aufgestellten Hypothesen gestellt.

Die Hypothesen im Überblick:

- 1.) Das Musikgeschäft hat sich durch die Digitalisierung stark verändert.
- 2.) Eine Auswirkung der Digitalisierung, seitdem man Musik einfacher über das Internet austauschen und hören kann ist der Umsatzrückgang in der Musikindustrie.
- 3.) Für die Musik gibt es mehrere Vertriebswege.
- 4.) Durch die Digitalisierung haben sich die Vertriebswege in der Musikindustrie stark verändert.
- 5.) Durch die Digitalisierung ist der Schutz geistigen Eigentums – insbesondere der Musik – stärker gefährdet als vor der Digitalisierung.
- 6.) Plattenfirmen und Labels haben eine Lösung um das geistige Eigentum von Künstlern besser zu schützen.
- 7.) Es gibt Alternativen um auch nach dem Verkaufsrückgang von klassischen Tonträgern weiterhin Geld mit dem geistigen Eigentum der Künstler zu verdienen.

6.6.5 Darstellung der Ergebnisse

Im Rahmen der Darstellung der Ergebnisse soll aufgezeigt werden, wie der befragte Experte auf die Fragen geantwortet hat. Es folgt eine Darstellung des Gesprächsverlaufs in Form einer Zusammenfassung der wichtigsten Aussagen. Die Antworten wurden während des Gesprächs in Köln mit einem Diktiergerät aufgezeichnet:

Frage 1: *Wie lange sind Sie schon in der Musikindustrie tätig und seit wann sind Sie selbstständig?*

Jürgen Hohmann:

Herr Hohmann antwortete, dass er seit 1970 in der Musikindustrie tätig und seit 30 Jahren selbstständig sei.

Frage 2: Wie hat sich die Musikindustrie in den letzten 20 Jahren verändert?

Jürgen Hohmann:

Herr Hohmann antwortet, dass die Musikindustrie sich in den letzten 20 Jahren sehr verändert habe, sogar so stark wie noch nie. Die CD sei für die Künstler unwichtig geworden und der Vertrieb von CDs sei nur noch für „Crossover“ Projekte wichtig. Crossover sei die Vermischung von verschiedenen Musikstilen, beispielsweise Klassik mit Pop, erklärt Jürgen Hohmann. Ein Beispiel von Künstlern, für die der klassische Verkauf von CDs noch wichtig ist, seien Michael Bubl  und deutsche Schlagerk nstler wie Helene Fischer. Viele andere Musikangebote würden über Streaming Anbieter wie Spotify, Apple & Co. angeboten. Herr Hohmann erläutert, dass es wichtig sei für die Musikindustrie, bessere Musik zu produzieren. Als Beispiel nennt er den massenhaften Verkauf von CDs vor mehr als 20 Jahren. Er sagt, dass das Publikum früher einen oder zwei Titel eines Künstlers gut fand, dass allerdings trotzdem das ganze Album des Künstlers gekauft werden musste. Heute sei die Situation anders. Durch das Streamen habe der Hörer nun die Macht, selber zu entscheiden welchen Song er aus einem Album streamen wolle und welchen nicht. Dadurch würden viel weniger finanzielle Umsätze generiert.

In den letzten Jahren habe sich diese Situation aber kontinuierlich verbessert. Inzwischen könnten alle beteiligten Personen am Streaming Geld verdienen. Es sei zwar immer noch erheblich weniger als beim normalen Verkauf von CDs, allerdings durch die Menge der Streams weltweit gehe es der Musikindustrie wieder besser. Die Künstler hingegen, die ihren Song nicht selber geschrieben haben, gehe es immer noch nicht so gut. Eine Möglichkeit für die Künstler mit der Musik finanzielle Umsätze zu generieren, seien Konzerte. Der monetäre Gewinn für Künstler bei Konzerten würde zwar auch sinken, allerdings sei es trotzdem noch lukrativ.

Frage 3: Können Sie einen ökonomischen Rückgang verzeichnen, seitdem man Musik über das Internet schneller und einfacher austauschen kann?

Jürgen Hohmann:

Herr Hohmann beschreibt den ökonomischen Rückgang seit der Digitalisierung als gravierend. In der Anfangszeit der Digitalisierung, als die ersten Tauschplattformen im

Internet gegründet wurden, gab es massenhaft illegale Downloads von Musikdateien. Heute gibt es das Problem der illegalen Downloads zwar immer noch, jedoch nicht mehr so stark. Inzwischen gebe es vermehrt legale Alternativen um massenhaft Musik zu hören, wie beispielsweise das Streaming. Durch diese legalen Angebote hat sich der Umsatzrückgang wieder verringert.

Frage 4: Welche Vertriebswege benutzen Sie für Ihre produzierte Musik?

Jürgen Hohmann:

Herr Hohmann beschreibt, dass bei Crossover Produktionen immer noch die normale Plattenfirma beauftragt wird, allerdings bei moderneren Songs, also auch Songs von DJs viel nur noch über die Streaming Plattformen wie Spotify, Apple & Co. laufe. Als einen weiteren Vertriebsweg nennt Herr Hohmann die ganz aktuelle Meldung, dass Amazon demnächst ebenfalls eine Musikstreaming-Plattform anbieten werde.

Frage 5: Haben sich die Vertriebswege durch die Digitalisierung verändert?

Jürgen Hohmann:

Herr Hohmann bestätigt diese Frage. Er sagt, dass sich die Vertriebswege vom Verkauf von klassischen Tonträgern hin zu Streaming Plattformen wie Spotify & Co. verändert hätten.

Frage 6: Ist durch die Digitalisierung der Schutz geistigen Eigentums – insb. der Musik – stärker gefährdet als vor der Digitalisierung?

Jürgen Hohmann:

Herr Hohmann erklärt, dass bei illegalen Downloads die klassischen Firmen kein Geld verdienen. Weder die Plattenfirmen, noch die Künstler und Komponisten. Heutzutage sei der Schaden der durch illegale Downloads entsteht viel geringer. Durch die vielen und verbesserten legalen Angebote, beispielsweise durch kostenloses Spotify Streaming mit zwischengeschalteter Werbung, sei der illegale Missbrauch von geistigem Eigentum gesunken und damit auch der entstandene finanzielle Schaden. Einen Schaden der durch das Streaming aufgetreten ist, gebe es aber immer noch. Dadurch, dass die Hörer einzelne Titel aufrufen können, anstatt ein ganzes Album hören zu müssen, bekomme der Künstler weniger Geld, da er nach Aufrufen seiner Titel bezahlt wird. Herr Hohmann fasst zusammen, dass es längst nicht mehr so viel Geld in der Musikindustrie zu verdienen gebe wie vor 20 Jahren.

Frage 7: Haben Plattenfirmen und Labels eine Lösung um das geistige Eigentum der Künstler besser zu schützen?

Jürgen Hohmann:

Zu dieser Frage antwortet Herr Hohmann, dass das geistige Eigentum schon besser geschützt sei durch die legalen Angebote der Musikindustrie. Allerdings um das geistige Eigentum noch besser zu schützen und um auch ökonomisch wieder einen größeren Anstieg verzeichnen zu können, müssten attraktivere Angebote der Plattenfirmen und Künstler her. Die Musikindustrie müsse qualitativ bessere Lieder produzieren, damit sich die Hörer nicht nur ein bis zwei Songs aus einem Album anhören, sondern alle Titel eines Albums. Diese Entwicklung geschehe zurzeit auch betont Jürgen Hohmann.

Frage 8: Gibt es durch den Verkaufsrückgang von klassischen Tonträgern eine Alternative um mit dem geistigen Eigentum der Künstler weiterhin Geld zu verdienen?

Jürgen Hohmann:

Herr Hohmann geht zur Beantwortung dieser Frage erneut darauf ein, dass Plattenfirmen und Künstler ein Album so gut produzieren müssen, dass der Hörer sich das ganze Album anhört und dass dadurch mehr Umsätze an einem Album generiert werden.

6.6.6 Analyse und Interpretation

Aufbauend auf die Darstellung der Ergebnisse des Interviews, erfolgt im Anschluss die Analyse und die Interpretation der Antworten die der Interviewte gegeben hat.

Das Ziel der Analyse und der Interpretation ist die Beantwortung der Forschungsfrage. Die Antworten sollen im Folgenden ausgewertet und gedeutet werden.

Mit der ersten Frage sollten generelle Angaben zur Person geklärt werden und der Stellenwert des interviewten Experten herausgestellt werden. Durch seine langjährige Erfahrung in der Musikindustrie als Angestellter und als selbstständiger Musik- und TV-Produzent, konnte Jürgen Hohmann einen guten Einblick in die Entwicklung der Musikindustrie geben.

Mit der zweiten Frage wurde die Veränderung der Musikindustrie in den letzten 20 Jahren untersucht. Herr Hohmann antwortete zu dieser Frage, dass es nur noch wenige Künstler gebe, für die der Verkauf von klassischen Tonträgern noch eine große Rolle spielen würde. Eine deutlich größere Rolle würden Streaming-Plattformen einnehmen. Herr Hohmann betont, dass Plattenfirmen mehr Wert auf die Qualität von Alben legen

müssten. Aus diesen Antworten lässt sich erkennen, dass es verschiedene Auswirkungen der Digitalisierung auf die Musikindustrie gibt. Zum einen wurde die klassische CD durch MP3 Dateien und die Möglichkeit des Streamings abgelöst. Eine weitere Auswirkung sei, dass Künstler nun versuchen müssen mit Konzerten Geld zu verdienen. Die dritte Auswirkung ist, dass Plattenfirmen zukünftig qualitativ hochwertige Alben produzieren müssen, damit die Hörer beim Streamen nicht nur einen Titel aus dem Album hören, sondern möglichst viele Titel eines Albums.

Durch die dritte Frage sollte herausgefunden werden, ob die Plattenfirmen einen ökonomischen Rückgang durch die Digitalisierung verzeichnen mussten. Herr Hohmann spricht von einem gewaltigen Rückgang seit der Digitalisierung. Jedoch verbessere sich die Situation durch die zunehmende Anzahl legaler Angebote aus der Musikindustrie. Dadurch lassen sich zwei Auswirkungen erkennen: Eine Auswirkung ist, dass es einen ökonomischen Rückgang infolge der vielen illegalen Downloads gibt. Eine andere Auswirkung ist, dass Plattenfirmen ihr Angebot attraktiver gestalten müssen um Hörer am illegalen Downloaden zu hindern.

Durch die vierte Frage sollten die Vertriebswege analysiert werden, die eine Plattenfirma verwendet, um die Musik zu verkaufen. Herr Hohmann antwortete auf diese Frage, dass der Trend schon seit langem dahin gehe, die Musik über große Anbieter wie Spotify und Apple zu streamen. Es werde nur noch in seltenen Fällen wie bei Crossover Produktionen eine Plattenfirma beauftragt. Aus dieser Aussage lässt sich erkennen, dass sich die Vertriebswege durch die Digitalisierung extrem verändert haben. Während früher noch viele Schallplatten und CDs verkauft wurden, werden heute die Titel zum größten Teil über Streaming-Plattformen angehört. Diese Veränderung kann man als eine Auswirkung der Digitalisierung auf die Musikindustrie bezeichnen.

Die anschließende fünfte Frage wurde durch die vorherige Frage bereits beantwortet. Aus dieser Beantwortung kann man zusammenfassen, dass eine Auswirkung die Veränderung der Vertriebswege ist, vom klassischen CD Verkauf hin zum Streaming.

Mit der sechsten Frage sollte geklärt werden, ob der Schutz des geistigen Eigentums durch die Digitalisierung stärker gefährdet ist als vor der Digitalisierung. Herr Hohmann bestätigt, dass der Schutz des geistigen Eigentums durch die Digitalisierung deutlich schlechter geschützt ist. Durch illegale Downloads sei das geistige Eigentum überhaupt nicht geschützt und niemand verdiene mehr an der Musik. Durch immer häufiger auftretende legale Angebote aus der Plattenindustrie, mache man nun aber Fortschritte im besseren Schutz des geistigen Eigentums. Aus dieser Aussage lässt sich erkennen, dass das geistige Eigentum seit der Digitalisierung deutlich schlechter geschützt ist. Allerdings arbeite die Musikindustrie daran, durch legale Angebote das geistige Eigentum besser zu schützen.

Mit Frage sieben soll herausgefunden werden ob Plattenfirmen und Labels eine Lösung haben um das geistige Eigentum besser zu schützen. Herr Hohmann antwortete auf diese Frage, dass Plattenfirmen bereits daran arbeiten würden. Besonders durch attraktive und legale Angebote sollen wieder mehr Kunden gewonnen werden. Außerdem betont Herr Hohmann, dass die Musikindustrie auch mehr qualitativ hochwertigere Titel in einem Album produzieren muss. Dadurch würde das geistige Eigentum besser geschützt werden, weil dadurch das legale Angebot attraktiver wird und weniger illegal aus dem Internet gedownloadet wird. Außerdem würde man wieder einen ökonomischen Anstieg verzeichnen. Aus dieser Antwort lässt sich schließen, dass es attraktivere legale Angebote seitens der Plattenfirmen geben muss um das geistige Eigentum besser zu schützen.

Durch die achte Frage soll eine Lösungsmöglichkeit gefunden werden um mit produzierter Musik wieder Umsätze zu generieren. Herr Hohmann geht auch hier auf sein schon vorher genanntes Beispiel ein. Die Musiker müssten in einem Album nicht nur ein bis zwei Hits produzieren, sondern alle Titel in einem Album zu einem Hit machen, da der Musiker pro Titel verdient. Hieraus lässt sich schließen, dass es eine Lösungsmöglichkeit gibt um mit Musik in Zukunft wieder mehr Einnahmen zu generieren. Es kommt auf die Qualität der einzelnen Musiktitel an. Diese gilt es zu verbessern, sodass ein Hörer nicht nur ein bis zwei Titel aus einem Album hört, sondern möglichst viele.

6.6.7 Verifikation und Falsifikation der Hypothesen

- 1.) Das Musikgeschäft hat sich durch die Digitalisierung stark verändert.
Verifiziert
- 2.) Eine Auswirkung der Digitalisierung, seitdem man Musik einfacher über das Internet austauschen und hören kann, ist der ökonomische Rückgang in der Musikindustrie.
Verifiziert
- 3.) Für die Musik gibt es mehrere Vertriebswege.
Verifiziert
- 4.) Durch die Digitalisierung haben sich die Vertriebswege in der Musikindustrie stark verändert.
Verifiziert

- 5.) Durch die Digitalisierung ist der Schutz geistigen Eigentums – insbesondere der Musik – stärker gefährdet als vor der Digitalisierung.

Verifiziert

- 6.) Plattenfirmen und Labels haben eine Lösung um das geistige Eigentum von Künstlern besser zu schützen.

Verifiziert

- 7.) Es gibt Alternativen um auch nach dem Verkaufsrückgang von klassischen Tonträgern weiterhin Geld mit dem geistigen Eigentum der Künstler zu verdienen.

Verifiziert

6.6.8 Zusammenfassung der Ergebnisse

Die Forschungsfrage dieser Arbeit befasst sich mit der Untersuchung von Auswirkungen, die durch die Digitalisierung in der Buch- und Musikindustrie entstehen. Um die Auswirkungen der Digitalisierung auf die Musikindustrie zu untersuchen, hat sich der Autor dazu entschlossen, ein Experteninterview mit einem TV- und Musikproduzenten aus Köln durchzuführen. Durch seine Expertise und seine dreißigjährige Erfahrung als selbstständiger TV- und Musikproduzent kann man sich wie bei Herrn Schulte auf fundierte Aussagen des Befragten verlassen.

Durch das Experteninterview mit Jürgen Hohmann konnten folgende Auswirkungen der Digitalisierung ermittelt werden:

- Eine Auswirkung der Digitalisierung ist, dass der klassische Tonträger durch MP3 Dateien und die Möglichkeit des Streamings abgelöst wurde. Diese Erkenntnis kann auch durch vorhandene Literatur bestätigt werden. In dem Buch „Die Zukunft der Musikindustrie. Alternatives Medienmanagement für das mp3-Zeitalter“, beschreibt der Autor, dass der strukturelle Wandel des Musikmarkts mit der Etablierung des mp3-Formats einherging. Nicht zu Unrecht würden die Umwälzungen seit der Entwicklung des Audio-Kompressionsformates mp3 oft als „mp3-Revolution“ bezeichnet.⁶⁰

⁶⁰ Vgl. Friedrichsen, Mike u.a (2004): Die Zukunft der Musikindustrie. Alternatives Medienmanagement für das mp3-Zeitalter, München, S. 41.

- Eine weitere Auswirkung ist, dass die Künstler nun versuchen müssen, mit Konzerten die fehlenden Einnahmen durch den Verkauf von klassischen Tonträgern wieder auszugleichen. Allerdings ist bei dieser Aussage zu beachten, wie die Zeitung „Die Zeit“ beschreibt, dass bei Live Konzerten meistens nur die großen und berühmten Bands mit Konzerten Geld verdienen können. Viele Künstler die keine „Weltstars“ sind, würden oftmals sogar noch Geld draufbezahlen um ein Konzert geben zu können.⁶¹
- Eine weitere wichtige Folge ist, dass die Plattenfirmen aufgrund des Streamings nun damit beginnen müssen, qualitativ hochwertigere Titel zu produzieren. In der heutigen Zeit ist es entscheidend, dass in einem Album nicht nur ein bis zwei Titel ein Hit sind, sondern sämtliche Titel.
- Eine weitere Auswirkung ist, dass Plattenfirmen durch die Digitalisierung einen ökonomischen Rückgang hinnehmen mussten aufgrund der vielen illegalen Downloads. Seit den 90er Jahren zeigt sich auf dem Musikmarkt kein nennenswertes Wachstum mehr. Seit 1998 sind die Umsätze rückläufig. Vor allem in den Jahren 2001 und 2002 zeigte sich der Tonträgermarkt stark rückläufig. Zu dieser Zeit sanken die Umsätze um 10% pro Jahr.⁶²
- Eine weitere Auswirkung der Digitalisierung ist es, dass sich die Plattenfirmen nun überlegen müssen, wie man legale Angebote attraktiver macht, damit weniger illegale Angebote gedownloadet werden.
- Außerdem kann man die Veränderung der Vertriebswege als weitere Auswirkung der Digitalisierung auf die Musikindustrie bezeichnen. Während vor der Digitalisierung die Musik noch über Tonträger verkauft wurde, wird heute hauptsächlich das Streaming von den Hörern genutzt. Die Abo Umsätze aus Streaming-Diensten sind im vergangenen Jahr um 39 % gestiegen. Das Geschäft mit digitalen Downloads hingegen ist um 8% gesunken. Die Verkäufe von CDs sind schon seit Jahren rückläufig.⁶³

⁶¹ Vgl. Zeit Online (Hrsg.) (2010): So geht Gewinnmaximierung, ohne Erscheinungsort, ohne Seite.

⁶² Vgl. Friedrichsen, Mike u.a (2004): Die Zukunft der Musikindustrie. Alternatives Medienmanagement für das mp3-Zeitalter, München, S. 30.

⁶³ Vgl. Die Welt (Hrsg.) (2015): Die CD hat den Kampf gegen das Streaming verloren, ohne Erscheinungsort, ohne Seite.

- Als weitere Auswirkung kann man bezeichnen, dass das geistige Eigentum seit der Digitalisierung deutlich schlechter geschützt ist als vor der Digitalisierung. Um dieser Entwicklung entgegenzuwirken, arbeitet die Musikindustrie auch hier daran, legale Angebote noch attraktiver für Hörer zu machen.

7 Fazit

Die Forschungsfrage der vorliegenden wissenschaftlichen Arbeit lautet: „Was sind die Auswirkungen der Digitalisierung auf den Schutz des geistigen Eigentums in der Musik- und Buchindustrie?“

Es lässt sich sagen, dass beide untersuchten Branchen infolge der Digitalisierung einen starken Transformationsprozess durchlaufen. Dies betrifft sowohl die Schutzmöglichkeiten des geistigen Eigentums als auch die Wertschöpfungsketten. Allerdings sind die Auswirkungen in den beiden untersuchten Branchen unterschiedlich stark ausgeprägt. In der Musikindustrie sind die Auswirkungen wesentlich größer als in der Buchindustrie.

In der Musikindustrie lassen sich die Auswirkungen der letzten 20 Jahre so beschreiben, dass der Schutz des geistigen Eigentums zunehmend nicht mehr durchgesetzt werden konnte. Durch neue technologische Möglichkeiten und damit verbundene ungehinderte Verbreitungsmöglichkeiten (illegale Downloads im Internet) wurde es möglich, Musik schnell und einfach auszutauschen. Dadurch erlitt die Musikindustrie einen hohen Umsatzrückgang, weil die klassischen Tonträger an Bedeutung verloren haben.

Als Lösung um den mit dem Bedeutungsverlust der klassischen Tonträger verbundenen Umsatzrückgang zu stoppen und das geistige Eigentum wieder besser zu schützen, sucht die Branche neue Lösungen in ihren Geschäftsmodellen. Dies wird durch die Verbesserung der legalen Angebote versucht zu erreichen. Ein gutes Beispiel sind werbefinanzierte Streamingdienste. Der Vorteil ist die jederzeitige und unbegrenzte Verfügbarkeit des Musikangebotes, ohne die Notwendigkeit des käuflichen Erwerbs (Radio-on-Demand).

Eine weitere wichtige Erkenntnis die durch das Experteninterview mit Jürgen Hohmann gewonnen werden konnte ist, dass man das geistige Eigentum besser schützen kann, indem man Musikalben qualitativ hochwertiger produziert. Damit erhöht man die Möglichkeiten der Vermarktung.

In der Buchindustrie sind die Auswirkungen der Digitalisierung nicht ganz so tiefgreifend wie in der Musikindustrie. Als Reaktion auf die Digitalisierung wurde das E-Book als eine kostenpflichtige Alternative zum Buch entwickelt. Durch die Entwicklung des E-Books hat der Missbrauch des geistigen Eigentums infolge illegaler Verbreitungsmöglichkeiten sich ebenfalls bemerkbar gemacht. Jedoch sind die Auswirkungen gemessen am Gesamtumsatz der Verlage eher gering. Hingegen ist der Umsatzrückgang bei Verlagen durch die Digitalisierung gravierender. Dies resultiert aus dem Wegfall ganzer Themenbereiche, wie beispielsweise der „Straßentopographie“ oder auch der „Lexikographie“. Durch technologische Entwicklungen wie die Nutzung eines

Navigationsgerätes, wurde es überflüssig einen gedruckten Atlas mit im Auto zu führen.

Als Lösung um das geistige Eigentum besser zu schützen und Umsatzrückgänge auszugleichen wurden verschiedene Methoden entwickelt. Zunächst besteht die Möglichkeit mit rechtlich verpflichtenden Maßnahmen bei Nutzern eine abschreckende Wirkung zu erzielen. Darüber hinaus wurden technische Möglichkeiten entwickelt, illegale Downloadlinks von speziellen Internetplattformen kontinuierlich zu entfernen. Schließlich sind die Verlage dazu übergegangen ihr Angebot systematisch auszuweiten und zu verbessern. Dies zeigt insofern Wirkung als das auf die Kunden zugeschnittene Angebote eine höhere Akzeptanz erfahren und potenzielle illegale Downloads reduziert.

Bei dem Gespräch mit dem Interviewpartner Werner Schulte wurde deutlich, dass die ökonomischen Auswirkungen der Digitalisierung neue kreative Geschäftspraktiken systematisch ausgebaut werden. So legen die Verlage mehr Wert auf Live Veranstaltungen mit bekannten Autoren. Dieser Aspekt ist zwar nicht neu, wird aber jetzt systematischer verfolgt und dient der Kundengewinnung.

7.1 Kritische Betrachtung meiner Arbeit

Bei der Bewertung der Arbeit ist zu berücksichtigen, dass für die Interviews nur je ein Interviewpartner pro Branche zur Bewertung herangezogen wurde. Es ist davon auszugehen, dass mit zunehmender Zahl der Interviewpartner die Validierbarkeit der Aussagen zunimmt.

Im Verlauf der Arbeit hat sich herausgestellt, dass eine Quantifizierung der Verluste durch fehlenden Schutz des geistigen Eigentums nicht möglich ist und eine Validierung mit belastbarem Zahlenmaterial erschwert.

Der Verlauf der Arbeit hat ein weiteres interessantes Themengebiet aufgezeigt. Als Folge der Digitalisierung erfährt das Leserverhalten und Nutzungsverhalten einen großen Wandel. Hier wäre es sicher interessant, in einer weiteren Forschungsarbeit dies genauer zu analysieren. Im Fokus sollten die Möglichkeiten der Buchindustrie stehen, auf dieses veränderte Verhalten mit neuen Angeboten zu reagieren. Dies könnte auch einen Ausblick auf die Zukunft dieser wichtigen Branche geben.

Literaturverzeichnis

Bardeleben, Martin: Erfolgreiches Marketing von E-Books. Praktische Handlungsempfehlungen für Verlage, Hamburg 2010.

Bornhauser, Jonas: Anwendungsbereich und Beschränkung des urheberrechtlichen Vervielfältigungsrechts im digitalen Kontext, Bern 2010.

Börsenverein des deutschen Buchhandels (Hrsg.): Der Buchmarkt in Deutschland: Zahlen & Fakten, Juli 2015, in: <http://www.boersenverein.de/de/182716>, (Zugriff am: 23.06.2016).

Bundeszentrale für politische Bildung (Hrsg.): Geschichte des geistigen Eigentums und der Urheberrechte, 18. Oktober 2006, in: <http://www.bpb.de/gesellschaft/medien/wissen-und-eigentum/73310/geschichte-des-geistigen-eigentums?p=0>, (Zugriff am 04.04.2016).

Chartsurfer.de (Hrsg.): Michael Jackson in den Single Charts, ohne Erscheinungsort, in: <http://www.chartsurfer.de/artist/michael-jackson/fheh.html>, (Zugriff am: 09.06.2016).

Chartsurfer.de (Hrsg.): Adele in den Single Charts, ohne Erscheinungsort, in: <http://www.chartsurfer.de/artist/adele/gvvc.html>, (Zugriff am: 09.06.2016).

Die Welt (Hrsg.): Die CD hat den Kampf gegen das Streaming verloren, ohne Erscheinungsort, in: <http://www.welt.de/wirtschaft/article139554425/Die-CD-hat-den-Kampf-gegen-das-Streaming-verloren.html>, (Zugriff am: 23.06.2016).

Dr. Müller, Christina u.a.: E-Books in Deutschland: Der Beginn einer neuen Gutenberg-Ära?, Düsseldorf 2010.

Dr. Schumann, Alexander u.a.: Wirtschaft 4.0: Große Chancen, viel zu tun. Das IHK-Unternehmensbarometer zur Digitalisierung, Berlin 2015.

Dworkin, Craig, u.a.: Do or DIY: Zur Geschichte und Praxis des Selbstverlags, Köln 2013.

Eventim (Hrsg.): Biografie Adele, ohne Erscheinungsort, in: <http://www.eventim.de/adelebiografie.html?affiliate=EVE&doc=artistPages/biography&fun=artist&action=biography&kuid=73465>, (Zugriff am: 27.04.2016).

Finkenauer, Ivo: Perspektiven der Musikindustrie. Handlungsempfehlungen für das Marketing von Musikprodukten, Saarbrücken 2010.

Frankfurter Allgemeine Zeitung (Hrsg.): E-Book-Piraterie: Es kommt die Generation kostenlos, ohne Erscheinungsort, in:
<http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/buecher/illegale-downloads-machen-dem-e-book-markt-sorgen-13499182.html>, (Zugriff am: 08.06.2016).

Friedrichsen, Mike u.a.: Die Zukunft der Musikindustrie. Alternatives Medienmanagement für das mp3-Zeitalter, München 2004.

Gersch, Martin u.a.: Die Branchentransformation der Musikindustrie. Eine (co-) evolutorische Analyse unter Berücksichtigung des Einflusses einzelner Geschäftssysteme, Bochum 2007.

Habke, Marc: Die Wertschöpfung geistigen Eigentums im digitalen Zeitalter, Hamburg 2012.

Helmut Lingen Verlag GmbH (Hrsg.): Herzlich Willkommen, ohne Erscheinungsort, in:
<http://www.lingenverlag.de/Verlag/>, (Zugriff am: 11.05.2016).

Heng, Stefan u.a.: Verlage im Umbruch: Digitalisierung mischt Karten neu, Frankfurt am Main 2010.

Hiltpolt, Barbara: Geistiges Eigentum, 2014, Die Bibliothek in der Zukunft: Regional – Global: Lesen, Studieren und Forschen im Wandel, in:
<http://hdl.handle.net/10760/24804> (Zugriff am 31.3.2016).

JACKSON.CH (Hrsg.): Biografie Michael Jackson, ohne Erscheinungsort, in:
<http://www.jackson.ch/html/biografie1.html>, (Zugriff am: 03.05.2016).

Kimpflinger, Andrea u.a.: Potentiale von On-Demand-Musik-Streaming, Neu-Ulm 2014.

Kouretsidis, Takis: Der digitale Musikmarkt. Erfolgsfaktoren für Onlinemusikdienste, Hamburg 2007.

Maier, Matthias u.a.: Alles digital? E-Books in Studium und Forschung, Weimar 2011.

Meschede, Thomas: Der Schutz digitaler Musik- und Filmwerke vor privater Vervielfältigung nach den zwei Gesetzen zur Regelung des Urheberrechts in der Informationsgesellschaft, Frankfurt am Main 2007.

Musikmarkt (Hrsg.): Musikindustrie 2013: Streaming-Dienste beflügeln weltweiten Musikmarkt, 18. März 2014, <http://www.musikmarkt.de/Aktuell/News/Musikindustrie-2013-Streaming-Dienste-befluegeln-weltweiten-Musikmarkt>, (Zugriff am: 25.04.2016).

Musikwirtschaftsforschung (Hrsg.): is streaming the next big thing? – was die Konsumentinnen wollen, 21. Oktober 2013, <https://musikwirtschaftsforschung.wordpress.com/2013/10/21/is-streaming-the-next-big-thing-was-die-konsumentinnen-wollen/>, (Zugriff am: 25.04.2016).

Nielsen & MIDEM (2011): The hyper-fragmented world of music: Marketing considerations and revenue maximation, ohne Erscheinungsort.

Perwin, Frank: Geistiges Eigentum und Informationszugang: Der Einfluss der deutschen Informationszugangsrechte auf das geistige Eigentum in Deutschland, Marburg 2010.

Self-Publisher-Bibel (Hrsg.): Wie hoch sind Ihre monatlichen Einnahmen aus selbst veröffentlichten Büchern?, ohne Erscheinungsort, in: <http://www.selfpublisherbibel.de/die-ergebnisse-der-grossen-selfpublishing-studie-2015-teil-1/>, (Zugriff am: 09.06.2016).

Spotify Artists (Hrsg.): How is Spotify contributing to the music business?, ohne Erscheinungsjahr, <http://www.spotifyartists.com/spotify-explained/>, (Zugriff am: 26.04.2016).

Spotify Artists (o.J.): The decline in the recorded music industry over the last 15 years, ohne Erscheinungsort.

Springbock.de (Hrsg.): Michael Jackson Biographie: Leben, Musik, Erfolge, Hits, ohne Erscheinungsort, in: <http://www.springbock.de/fun/musik/stars/michael-jackson.html>, (Zugriff am: 03.05.2016).

Theiselmann, Rüdiger: Geistiges Eigentum in der Informationsgesellschaft. Rechtliche Implikationen der digitalen Werkverwertung, München 2004.

Turner, Roland: Musikvermarktung im Internet: Über Geschäftsmodelle der Musikindustrie im digitalen Zeitalter und Möglichkeiten für Musikpromotion im Internet, Saarbrücken 2010.

Verlage der Zukunft (Hrsg.): Die Self Publishing-Revolution?!, ohne Erscheinungsort, in: <http://www.verlagederzukunft.de/die-self-publishing-revolution/>, (Zugriff am: 11.05.2016).

We save your copyrights, Rechtsanwaltsgesellschaft mbH (Hrsg.): Zahlen und Fakten zur Auswirkung von illegalem Filesharing auf die Kultur und Kreativwirtschaft, ohne Erscheinungsjahr, in: <http://wesaveyourcopyrights.com/zahlen-und-fakten-zum-filesharing/>, (Zugriff am: 23.03.2016).

Wolkenweiss (Hrsg.): Interview: Die Zusammenarbeit zwischen Verlag und Blogger – Teil 2 mit Hilke Schenck vom Carlsen Verlag, ohne Erscheinungsjahr, in: <http://wolkenweiss.com/2016/01/interview-die-zusammenarbeit-zwischen-verlag-und-blogger-teil-2-mit-hilke-schenck-vom-carlsen-verlag/>, (Zugriff am: 23.06.2016).

Zeit Online (Hrsg.): So geht Gewinnmaximierung, 2010, in: <http://www.zeit.de/kultur/musik/2010-01/live-is-live-hau> (Zugriff am: 23.06.2016).

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname